

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Eva Černá
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Zhodnocení marketingové komunikace zvolené organizace

Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

V předložené práci se studentka zabývá hodnocením marketingové komunikace sportovního studia FITDANCEART. Struktura práce je s ohledem na téma vhodně zvolená. Zdroje uvedené v teoretických kapitolách jsou vhodně komparovány a kompilovány, mohlo být však použito i více aktuálnějších. Jejich množství je vzhledem k typu kvalifikační práce přiměřené. Praktická část začíná kapitolou 5, ve které je představena zvolená společnost včetně krátkého popisu mkt mixu. V kapitole 6 je provedena analýza marketingové komunikace organizace FITDANCEART. Tato analýza je provedena detailně a poskytuje řadu zajímavých a důležitých informací, které mohou být využity pro zlepšení současné situace. Pro lepší přehlednost by bylo lepší, kdyby na konci této kapitoly byly všechny podstatné skutečnosti stručně sesumarizovány. Kapitola 7 (online mkt komunikace) by spíše měla být zařazena pod kapitolou 6, případně měla být kapitola 6 nazvána např. "offline mkt komunikace" a v tomto případě mohla kapitola 7 zůstat samostatnou kapitolou. Ve zmíněné kapitole 7 jsou popsány online mkt aktivity vybrané organizace, je zde provedeno i porovnání s konkurencí a propočítána míra zapojení na fb účtech. Součástí kapitoly je také heuristické testování vybraného podniku a dvou konkurentů. V kapitole 8 autorka velmi dobře sumarizuje zjištěné informace v rámci analýzy mkt komunikace a představuje plán na její zlepšení. Nejsem si jistý, zda je cíl "zvýšení bodového hodnocení stránek....." reálný. V případě plánu "udržení minimálně 70 % stále

klientely" bych si představoval, že klíčovou aktivitou bude např. udržování určité kvality služeb, rozšiřování nabídky, věrnostní akce apod., nicméně autorka jako hlavní aktivity uvádí např. zkvalitnění webových stránek, fb soutěže apod. - to by dávalo smysl hlavně pro splnění komunikačních cílů. Dále jsou pro splnění cílů představeny akvivity ve dvou variantách - minimální nutné a optimální. Opatření dávají logický smysl.

Co se týká drobného nedostatku práce - v případě více než dvou autorů se dle APA cituje vždy "první autor a kol.", případně et al.). Práce vykazuje minimální nedostatky formálního a jazykového charakteru.

Práce se velmi dobře čte, autorka v ní prokázala schopnost výborně třídit informace a využívat je ke splnění definovaných cílů. Navržená opatření jsou jistě přínosem pro zvolenou organizaci. Celkově je práce povedená a hodnotím ji jako "výbornou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Čím si vysvětlujete nadprůměrnou míru zapojení u konkurenční organizace? Dá se z toho nějak inspirovat? Myslíte si, že je reálné, aby FDA v rámci heuristického testování získalo 145 bodů ze 150?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele