

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Ali Kassem
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Hodnocení marketingové komunikace ve vybrané společnosti

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Cílem bakalářské práce je prozkoumat marketingové komunikace a na základě získaných poznatků z dotazníkového šetření navrhnout doporučení, která povedou ke zlepšení těchto marketingových komunikací. Domnívám se, že tento cíl byl naplněn.

Teoretická část práce představuje pojmy marketingový mix a marketingové komunikace. Tyto kapitoly jsou vhodně napsány s využitím kombinace českých a cizojazyčných zdrojů.

V praktické části práce je nejdříve představena značka Angry Beards, identifikován její cílový segment a popsán marketingový a komunikační mix.

Samotná výzkumná část začíná popisem metodiky výzkumu, stanovením výzkumných hypotéz a nastavením harmonogramu výzkumu. Získaný výběrový soubor je vychýlen směrem respondentům ve



věku 18–35 let, což však není uvedeno v názvu práce, nebo jako omezení výzkumu v části o návrzích a doporučeních. Data jsou prezentována zejména formou kontingenčních tabulek a výzkumné hypotézy jsou vyhodnoceny Wilcoxonovým testem a Mann-Whitneyovým o rovnosti mediánů a dvouvýběrovým t-testem s rovností rozptylů. Závěry posouzení komunikačního mixu a výsledků výzkumu jsou shrnuty v matici SWOT, která mohla být doplněna o váhy jednotlivých hodnot. Doporučení a návrhy jsou rovněž formulovány korektně a mohly být rozvedeny více do detailu.

Z formální stránky upozorňuji, že u zdroje Kotler (2018) chybí uvedení čísla stránky.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

- 1) Jaké kreativní nápady by značka měla zahrnout do své komunikace, aby získala nové zákazníky?
- 2) Zhodnoťte ekonomickou náročnost navrhovaných opatření.

V Plzni, dne 21.05.2022

Podpis hodnotitele