



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

**Jméno studenta:** Van Anh Leová  
**Studijní obor:** Posouzení marketingové strategie ve vybrané firmě  
**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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 posoudit marketingovou strategii společnosti Fruitissimo Fresh s. r. o. pomocí marketingového výzkumu prostřednictvím dotazníkového šetření. Domnívám se, že tento cíl byl naplněn. Teoretická část práce představuje metody externí a interní strategické analýzy, které jsou doplněny krátkou kapitolou o marketingovém výzkumu. Ačkoliv jsou kapitoly vhodně napsány, mohly být doplněny větším počtem cizojazyčných zdrojů.

Praktická část práce začíná představením společnosti a její strategie, poté následuje analýza externího prostředí a analýza mezoprostředí, které jsou provedeny korektně. U analýzy mezoprostředí je navíc doplněna i stručná finanční analýza. V analýze interního prostředí je posouzen a zhodnocen marketingový mix společnosti a závěry všech analýz jsou shrnuty v závěrečné SWOT analýze.



Ta je posléze doplněna výběrovým šetřením, v němž si studentka stanovila šest výzkumných hypotéz, které jsou však vyhodnoceny z údajů v tabulkách a grafech, a nikoliv statistickým testováním. Na začátku této části chybí podrobnější popis metodiky sběru dat a také představení struktury výběrového souboru. Navrhované marketingové programy pak vyznívají poměrně přesvědčivě.

Z formálního pohledu upozorňuji na terminologickou nejednotnost v práci, kdy autorka jednou používá termínu firma, pak společnost a poté zase podnik. Tyto termíny by v práci měly být sjednoceny. Dále se v práci vyskytuje termín "potencionální", přičemž správný český tvar je "potenciální".

Práci navrhuji hodnotit známkou 1–2 v závislosti na průběhu obhajoby.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

- 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