

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Nikol Remigerová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraných obchodů s online prodejem

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Hana Kunešová, 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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) 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 plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Bakalářská práce v plné míře splňuje všechny požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce. Cílem práce je zhodnotit z pohledu spotřebitele marketingovou komunikaci společnosti Sephora a společnosti Parfumerie Douglas a formulovat případná doporučení pro další praxi. Tento cíl byl splněn.

Teoretická část práce je v přiměřeném rozsahu, uvádí aktuální informace včetně nových trendů v marketingové komunikaci a obsahuje odkazy na české a zahraniční odborné zdroje. Metodika praktické části práce je podrobněji uvedena v kapitole 3. Autorka použila metodu analýzy a komparace, obě metody jsou pro daný cíl vhodné. Kapitola 3 také uvádí časový harmonogram výzkumu, podle kterého autorka pracovala na výzkumné části práce od října 2023, což se mimo jiné projevilo v nasbírání velkého množství dat. Těžištěm práce jsou kapitoly 5 a 6, které se zaměřují na marketingovou komunikaci

uvedených společností. Text je podrobný, data jsou doplněná fotografiemi a obrázky. Zhodnocení poznatků je v kapitole 7, která obsahuje také doporučení pro další praxi. Doporučení jsou zdůvodněná a realizovatelná. Závěr shrnuje hlavní poznatky.

Práce má přehlednou strukturu, z formálního a jazykového hlediska je zpracovaná výborně. Seznam použitých zdrojů je rozsáhlejší, obahuje české a zahraniční zdroje.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

V kapitole 1.3.4 uvádíte současné trendy v marketingové komunikaci. Zhodnoťte, jak se tyto trendy projevují v marketingové komunikaci společností Sephora a Douglas. Který trend je podle Vašich poznatků v jejich marketingové komunikace v současné době nejvýraznější?

V Plzni, dne 17. 5. 2024

Podpis hodnotitele