

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 – oponent: Magistra Liuba Turchyn, Kandidát ekonomických věd
Podnik – firma: 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit z pohledu spotřebitele marketingovou komunikaci společnosti Sephora a společnosti Parfumerie Douglas a formulovat případná doporučení pro další praxi. Práce je autorkou členěna do sedmi kapitol. Kapitoly 1 a 2 představují teoretický úvod do problematiky marketingové komunikace. Kapitola 3 věnovaná metodické části. Ve čtvrté kapitole autorka stručně představila vybrané společnosti. Kapitoly 5 a 6 jsou věnované marketingové komunikaci společností Sephora a Douglas a jsou zde jednotlivě rozebrány položky jejich komunikačního mixu. V poslední sedmé kapitole autorka zhodnotila marketingovou komunikaci obou společností a navrhla doporučení pro další praxi. Bakalářská práce je z teoretického hlediska dobře zpracována a autorka využila dostatečné množství literatury. Práce obsahuje praktická doporučení, která vycházejí ze srovnání marketingové komunikace z vnějších informačních zdrojů dvou konkurenčních společností. Práce by byla výrazně obohacena, kdyby studentka měla přístup k interním informačním zdrojům. Jinak práci považuji za dobře zpracovanou z teoretického a praktického hlediska na aktuální téma. Hodnotím ji výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Zjišťovala jste, jak spotřebitelé vnímají marketingovou komunikaci zkoumaných společností, a jak hodnotí?

Jaký je přínos Vaší bakalářské práce pro teorii a praxi?

V Plzni, dne 24.5.2024

Podpis hodnotitele