

### HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Jana Bubnová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Generace 55+ marketingová strategie ve finančních službách

**Hodnotitel – oponent:** ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

**Podnik – firma:** FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

#### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>

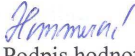
Práce svým názvem deklaruje orientaci na marketingovou strategii, finanční služby a segment trhu obyvatel od 55 let věku, obsah práce je avizován zásadami pro zpracování, cíl práce je však formulován nedostatečně a v rozporu s názvem a zásadami - nahlédnout do života starší generace ... zhodnotit tento segment ... I proto závěr nemůže vyznít jinak, než je formulován, tedy bez důrazu na strategické kroky bankovní instituce v oblasti marketingu. Výrazným pozitivem (a hodnotou) práce je ale samotné zpracování (rozsahem i obsahem) východisek problému, avšak v rozsahu téměř celé práce. Chybí ale výstupy (strategie) ze SWOT analýzy, řada konstatování o sledované skupině obyvatel není podložena (s. 47), vlastní strategii je věnována jen část 7.5. Práce však splňuje celkově požadavky kladené na kvalifikační práci tohoto stupně, lze ji hodnotit jako dobrou až velmi dobrou.

**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Vysvětlíte důvod zaměření na skupinu 55+.

Jaké je Vaše stanovisko k tvrzení o mýtech v marketingové komunikaci se staršími lidmi a dalších tvrzeních na s. 49 (literatura 26). Proč by měly reklamy zobrazovat starší lidi s mladšími resp. dětmi? Umíte vysvětlit všechny názory, které nepřímými citacemi v textu přebíráte? (bez patřičného vlastního stanoviska!). Považujete věkovou skupinu od 50 let za seniory?

V Plzni, dne 20.5.2013

  
Podpis hodnotitele

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem modře (pro rozeznání originálu).

---