

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Miroslav Ledecký

Název bakalářské práce: Osobní prodej a podpora prodeje v marketingu n. p. Budvar

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD.

Pracoviště a pracovní zařazení:

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce	X						
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění	x						
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP	x						
	faktická, věcná a obsahová správnost	x						
	hloubka provedené analýzy	x						
	zvládnutí odborné terminologie	x						
	schopnost argumentace a kritického myšlení	x						
	uplatnění práce v praxi / výuce	x						
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů	x						
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací	x						
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol	x						
	jazyková a stylistická úroveň	x						
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky		x					
Celkové hodnocení bakalářské práce		x						
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce zaměřuje svou pozornost na aktuální téma uplatňování jednotlivých nástrojů komunikačního mixu do marketingových aktivit. Téma je o to přitažlivější, že se venuje atraktivní společnosti Budvar, n.p. a jejím produktem z hlediska spotřebitelského vnímání. V práci se sklbil vhodným způsobem teoretický i praktický rozmer. Z hlediska formálního se vyskytl i menší nedostatek (opakuje se slovo na str. 7 zaměnit – zaměnit, str. 8 vníman – vníman při hyp. 2; str. 31 - používání různých časů – minulý, přítomný; na str. 32 je zbytečná mezera, subkapitola 3.4 mohla kontinuálně pokračovat stranou 32), které nezníží zásadně hodnotu práce. Po ukončení druhé kapitoly by bylo vhodné urobiť stručné zhrnutie a prepojenie textu na ďalšiu kapitolu. Na str. 44 znázorňujete graficky výsledky odpovedí na 12. Otázku, ale verbálne nevenujete pozornosť záverom. Prosím, v rozprave sa skúste vrátiť k vysvetleniu zistenia a návrhu prípadných odporúčaní.

Práca spĺňa základné kritéria, ktoré sa kladú na tento typ práce. Štruktúra je logická, prehľadná a ciele boli naplnené. Oceňujem doloženie zaujímavých príloh v záverečnej časti diplomovej práce

Otázky k obhajobě:

1. Skúste vymenovať jednotlivé zložky komunikačného mixu a vymedziť miesto merchandisingu a event marketingu.
2. Prečo uvádzate event. marketing na str. 15, aj na str. 24 ako samostatnú podkapitolu 2.7 ?

Datum: .17.05.2017

Podpis oponenta bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBŘÍ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce