

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Daniel Koudele, DiS.

Název bakalářské práce: Návrh marketingového plánu společnosti COPYPARTNER s.r.o.

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

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Katedra managementu a marketingu VŠERS

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				
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce		X					
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce				X				
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce má standardní strukturu: teoretickou, analytickou a praktickou část, které na sebe logicky navazují. Rešerše je provedena poměrně rozsáhle, ale s ohledem na téma BP je rozsah adekvátní. Autor pro její zpracování využil četné literární zdroje. U marketingu a marketingového managementu mohla být sekundární analýza provedena z aktuálnějších zdrojů. Text praktické části BP skýtal větší prostor (po provedené analýze) pro vlastní tvorbu a hodnocení autora. SWOT analýza je provedena korektně a představuje zhodnocení aktuálního postavení zkoumané společnosti. Navržená strategie je rozpracovaná do jednotlivých taktických nástrojů marketingového mixu. Domnívám se, že zpracovaná BP bude pro firmu užitečným pomocníkem pro zlepšení marketingových činností v budoucím období.

Čtenář v práci najde drobné nepřesnosti v používané terminologii, stylistice a porušení pravidel (např. procent, procentní), drobné nedostatky jsou i v technické úpravě práce (např. odstavce). V zásadě autor v práci respektoval citační normu a zásady metodiky zpracování BP.

Otázky k obhajobě:

1. V textu str. 46 uvádíte „Společnost neprovozuje žádné externí školení, které by zvýšilo kvalifikaci zaměstnancům“. Můžete doplnit jakými nástroji lze uvedený problém zlepšit.
2. Pro stanovení cílů firem je např. využíván postup SMART. Můžete doplnit části, které ve vyjádření cíle v BP chybí?
3. Má firma zájem o výsledky BP?

Datum: 3. 5. 2018

Podpis vedoucího 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	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce