

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Dušková Klára

Název bakalářské práce: Marketingová strategie společnosti Kovandovi, s.r.o.

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

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů, Praha

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):

Předložená bakalářská práce působí od samého počátku poněkud zmateně. Autorka podcenila korekturu práce. Chyby začínají již v poděkování „vedoucímu“ na s. 3. V abstraktech chybí náležité bibliografické údaje. Rozsah citované literatury je poměrně značný, ale citace se mohly opírat o aktuální zdroje marketingové literatury.

V praktické části provedená analýza prostředí podniku (viz s. 22) je nepřesná. Chybí zde například analýza veřejnosti. Podobně v makroprostředí postrádám geografické či environmentální vlivy.

U klíčové, závěrečné části celé bakalářské práce „Strategické cíle pro marketingový mix“ (viz s. 50 - 52) autorka vůbec neuvažuje o jejich ekonomické náročnosti.

Rovněž technickému zpracování bakalářské práce mohla autorka věnovat větší pozornost. Například na s. 38 má pouze titulek ke grafu 8 a samotný graf je až na následující stránce.

Otázky k obhajobě:

1. Co se rozumí pod pojmem veřejnost v analýze marketingového prostředí?
2. Doplňte jaká by byla finanční náročnost navrhovaných strategických opatření pro marketingový mix.

Datum: 6. 5. 2019

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	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