

**Posudek oponenta bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Tereza Kavalírová

**Název bakalářské práce:** Marketingová komunikace společnosti Gastro Gentlemen, 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				
<b>Celkové hodnocení bakalářské práce</b>				X				
<b>Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě</b>		<b>ANO</b>						

## Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Předložená bakalářská práce má standardní strukturu, a to část teoretickou a praktickou. V úvodních odstavcích se autorka věnuje teoretickým problémům marketingové komunikace. Následující 3. část seznamuje čtenáře s firmou Gastro Gentlemen, s.r.o. a její marketingovou komunikací. Autorčin přístup postrádá charakter odborného textu. Jsou zde vyjádření novinářského stylu, jako například na s. 27: „Počátky sympatií ke gastronomii se u jednatele společnosti, Lukáše Doláka, projevovaly již v dětství, kdy s nadšením sledoval kuchařské umění svého otce.“ Nebo: „Jeho průbojnost ho dostala až do vybraných hotelů a restaurací v Praze a Karlových Varech.“ Jsou zde i nepřesnosti jako na s. 31: „Cílem bakalářské práce je zvýšit povědomí o společnosti a zároveň i prodej jejích služeb“. Na to, bohužel její bakalářská práce určitě nestačí.

Podobně je tomu v následující 4. části o marketingovém výzkumu. Na s. 35 píše: „se marketingový výzkum skrývá v každém manažerském rozhodování.“ Provedení vlastního výzkumu je poznamenáno základními nedostatky. Vzorek respondentů zahrnuje pouze 32 respondentů, autorka přesto klidně počítá relativní četnosti na jedno desetinné místo, statistické zpracování omezuje pouze na jednorozměrnou analýzu apod.

Návrhům marketingové komunikace na s. 48 – 51 chybí ekonomická kalkulace nákladů.

Autorka mohla věnovat větší pozornost rovněž samotnému psaní své bakalářské práce, například na s.18 napsala „Docentka Hesková“, na s. 20 zase „se odehrává na internetu.“ apod.

## Otázka k obhajobě:

1. Jak autorka zdůvodní svoji větu na s. 37: “Pro účely výzkumu nám postačí oslovit 100 respondentů.“?
2. Byly závěry výzkumu využity pro marketing ve zkoumané firmě?

**Datum:** 2. 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