

Posudek vedoucího 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 vedoucího práce: Ing. Linda Jelínková

Pracoviště a pracovní zařazení: Marketingový manažer

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 je přehledná, má logickou strukturu a návaznost kapitol. Cílem práce bylo na základě provedeného marketingového výzkumu a návrhu komunikačního mixu doporučit opatření na zvýšení povědomí o konkrétní firmě, což se dle prezentovaných výsledků podařilo.

V představení firmy mi schází analýza vnějšího prostředí a monitoring konkurence, což může být také důležitým faktorem, který ovlivňuje ekonomické výsledky firmy.

Autorka zvolila marketingový výzkum v podobě dotazníkového šetření, což dle mého názoru odpovídá potřebám této práce. Dotazník byl pečlivě vypracován tak, aby zodpověděl předem dané cíle, a jeho součástí byla motivace pro jeho vyplnění ve formě slevy z nabízených služeb firmy.

Výsledný návrh komunikačního mixu je prezentován věcně, konkrétní návrhy jsou smysluplné a lze je podle mého názoru uplatnit v praxi.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké analýzy vnějšího a vnitřního prostředí firmy byste využila při strategickém plánování?
2. Chápu, že jste se při návrhu komunikačního mixu držela více při zemi a respektovala rozpočtové omezení a proveditelnost. Kdybyste ale tyto limity neměla, jsou další součásti komunikačního mixu, které byste pro firmu Gastro Gentlemen doporučila?

Datum: 26. 4. 2019

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	DOBŘÝ (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