

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Veronika Randová

Název bakalářské práce: Marketingová komunikace podniku Od Macháčků, s.r.o.

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

Titul, jméno a příjmení vedoucího 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					
	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):

V první teoretické části své bakalářské práce se autorka věnuje problematice marketingové komunikace, včetně IMC. Prokazuje zde náležitě zvládnutí tématu.

Některá chybná zpracování se objevují ve 3. části, kde autorka analyzuje podnik Od Macháčeků. Pořadí složek marketingového mixu od s. 28 mohlo být kvalifikovanější – viz otázka k obhajobě č. 1. Analýza portfolia od s. 32 je čistě spekulativní, neopírá se empirická statistická data.

Podobně je tomu i v následující 4. části. Autorka provedla vlastní kvalitativní výzkum. [Počet 15 respondentů je i na zvolenou techniku poněkud malý, nicméně autorka z něj dokázala v 5. části zpracovat zajímavé návrhy marketingové komunikace podniku Od Macháčeků, včetně ekonomické náročnosti, což bylo cílem celé její bakalářské práce.

Více pozornosti bylo možné věnovat konečnému zpracování a korektuře bakalářské práce. Například na s. 27 nese poznámka pod čarou chybně název OD MACHÁČKŮ.

Otázky k obhajobě:

1. Proč marketingový mix společnosti na s. 28 začíná jako Místo a Distribuce, přičemž opět by bylo lépe psát „distribuce“? Jak a proč by bylo vhodnější začít psát marketingový mix produktem?
2. Proč nebyl soubor respondentů větší?
3. Jak přijala návrhy na marketingovou komunikaci společnost Od Macháčeků?

Datum: 8. 5. 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	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