

VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, z. ú.

Žižkova tř. 6, 370 01 České Budějovice

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Lucie Valečková

Název bakalářské práce: **MARKETING A MARKETINGOVÝ MIX SKLENĚNÝCH ŠPERKŮ ZNAČKY KYRAL**

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

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: Ing. Monika Březinová, Ph.D.

Pracoviště a pracovní zařazení: Katedra krajinného managementu, Zemědělská fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

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):

Práce má příliš široký rozsah na úkor kvality zpracování jednotlivých částí, na bakalářskou práci by byla plně dostačující analýza marketingových nástrojů. Cílem bakalářské práce dle metodiky je zjistit situaci na trhu pomocí SWOT analýzy. Identifikovat, jaká je současná strategie skleněných šperků značky Kyrál, její specifické silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Poté pomocí metody IFE a EFE vyhodnotit SWOT analýzu. V tom případě název práce nekoresponduje se zadaným cílem. Práce je nesourodá a věnuje se velkému množství témat a oblastí na úkor kvality předkládaného textu, jak již bylo řečeno výše. V literárním přehledu by bylo vhodné zmínit více pohledů na řešenou problematiku, například produkt lze dělit i jiným způsobem než jen na tři úrovně. Historie skláren na Šumavě je sice zajímavá, ale naprosto nerelevantní pro předkládanou práci. V části 4. marketingový mix-Produkt, je uvedeno, cituji:“ Paní Alena vyrábí různé druhy šperků – náramky, náhrdelníky, náušnice, růžence, prstýnky, korálky, figurky a různé výrobky dle přání zákazníků..“ Toto jsou veškeré informace o produktovém mixu! Zde má být uvedeno, jaké výrobky jsou vyráběny, popřípadě kolik je výrobků od konkrétní skupiny, množství výrobků v čase atd. toto je naprosto nedostatečné. Na stránce 61 je uvedeno:“ Výhodou facebookových stránek je, že je zde reklama zdarma.“ S tímto tvrzením nelze souhlasit! V práci je mnoho překlepů a témata jsou velmi povrchně zpracována. Dobře je zpracována SWOT analýza a závěry z ní vyvozené jsou smysluplné.

Otázky k obhajobě:

1. Proč nemůže být reklama zadarmo? O jakém nástroji komunikačního mixu můžeme říci, že je „zadarmo“. To znamená, neplatí se za mediální prostor.
2. Jaká je ziskovost jednotlivých produktů?

Datum: 5. 7. 2019

Podpis oponenta bakalářské práce: *Závěrečná!*

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	-	NEUSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce