

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Klára Můžiová

Název bakalářské práce: ZAVEDENÍ ZNAČKY KOSMETICKÉHO PRODUKTU VE FIRMĚ GEM BOHEMIA S.R.O.

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

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: VŠERS

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):

Zpracování tématu bakalářské práce odráží osobní zainteresovanost autorky na inovaci produktového portfolia ve společnosti GEM Bohemia s.r.o., kde zároveň sama pracuje.

Bakalářská práce má standardní strukturu. Ve druhé kapitole je podán výklad základních pojmů z oblasti marketing managementu a brand managementu. Škoda, že pro rešerši nebyla využita novější literatura především z oblasti marketingového výzkumu a marketingu (např. FORET, STÁVKOVÁ, 2003, HORÁKOVÁ, 2001).

Jak bylo naznačeno, praktická část práce byla zpracována v rámci podniku GEM Bohemia s.r.o. Podnik se zabývá výrobou hlavních produktových řad kosmetických produktů. Pro zjištění významu jednotlivých produktů, resp. produktových řad byla sestavena matice BCG (s. 22). V analýze firmy nechybí analýza aktivit společenské odpovědnosti. Důležitou částí je možnost zvyšování výkonnosti firmy a inovace. Uvedená část dala podnět pro návrh nového kosmetického produktu pod vlastní značkou firmy a realizaci marketingového výzkumu.

Marketingový výzkum zpracovaný v kapitole 4 vychází z návrhu plánu výzkumu. V metodice výzkumu lze najít některé nepřesnosti (např. není uvedeno o jakou metodu výběru respondentů se jedná a zda lze soubor pokládat za reprezentativní).

Návrh nového výrobku pokládám za pečlivě zpracovaný, a to včetně finanční kalkulace a formy komunikace.

Otázky k obhajobě:

1. Uveďte obsah pojmu reprezentativita a příklad výzkumu, který by byl reprezentativní.
2. Můžete odhadnout náklady na komunikaci při zavedení nového kosmetického produktu.

Datum: 1. 6. 2020

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