

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Lucie Valečková

Název bakalářské práce: **MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE ŠPERKŮ KYRAL**

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):

Výběr tématu bakalářské práce pokládám za vhodně zvolený, a to především z hlediska rozsahu zkoumaných problémů, které dávaly možnost zpracovat komplexní pohled na marketingové činnosti zkoumaného podnikatelského subjektu. Bakalářská práce má standardní strukturu, tj. část teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou objasněny aspekty marketingové komunikace v kontextu marketingového managementu, resp. marketingového mixu. Pro řešení byly využity adekvátní odborné zdroje domácích i zahraničních autorů, které mohly být doplněny více vlastním komentářem autorky BP. Začátek praktické části práce je zaměřen na analýzu trhu skleněných šperků a marketingových činností skleněných šperků Kyrál. Pro návrh marketingové komunikace posloužily výsledky vlastního marketingového výzkumu a výstupy analýzy marketingu zkoumaného subjektu. Pozitivně lze hodnotit zpracované návrhy na komunikační mix, které jsou doplněny odhadem finanční náročnosti.

Autorka respektovala Metodiku zpracování BP na VŠERS. V práci se vyskytují stylistické neobratnosti a gramatické prohřešky.

Otázky pro obhajobu:

1. Význam regionálních značek pro podnikatelské subjekty a zákazníky.
2. Byla seznámena podnikatelka s návrhy uvedenými v bakalářské práci?

Datum: 27. 1. 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	DOBŘÍ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce