

VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, o.p.s.

Žižkova 6, 370 01 České Budějovice

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Lucie Valečková

Název bakalářské práce: Marketingová komunikace šperků Kyrál

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

Titul, jméno a příjmení oponenta 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	-
aktuálnost a náročnost práce		X					
formulace cílů a úroveň jejich naplnění		X					
vhodnost členění práce		X					
teoretická úroveň zpracování		X					
metodická úroveň zpracování		X					
reprezentativnost a rozsah použité literatury		X					
úroveň práce s literaturou		X					
dodržování bibliografických norem		X					
úroveň formálního zpracování (estetická, grafická a jazyková)				X			
vazba výsledků práce na její obsah		X					
vlastní postoje a hodnocení		X					
uplatnění práce v praxi / výuce		X					
Celkové hodnocení bakalářské práce		X					
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO					

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce:

Za hlavní chybu realizovaného vlastního kvalitativního marketingového výzkumu považují prezentované grafy a komentář na straně 33 a 34. Ty se v případě kvalitativního marketingového výzkumu nepoužívají.

Autorka mohla věnovat větší péči jazykové stránce své bakalářské práce. Například na straně 10 má v obou prvních větách sloveso „analyzovat“, na straně 22 píše „navázala na rodinnou tradici svých rodičů sklářů“, na straně 29 měla být „distribuce“ s malým d, na straně 38 „...zaujme k příchodu do místnosti...“, na straně 40, kde jsou uvedené finanční odhady nákladů, je obvyklé psát čísla s mezerou, tedy následujícím způsobem 12 000 až 13 000 Kč apod.

Otázka k obhajobě:

1. Jaký je rozdíl mezi marketingovou komunikací (s. 15 a s. 17) a komunikačním mixem (s. 18 - 20)?
2. V čem spočívají hlavní výhody a nevýhody kvalitativního marketingového výzkumu?

Datum: 27. 1. 2020

Podpis oponenta 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 hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další 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