|  |
| --- |
| **Vysoká škola obchodní a hotelová** |

**Hodnocení**

**vedoucího bakalářské práce**

|  |  |
| --- | --- |
| Vedoucí bakalářské práce (jméno, příjmení a tituly) | Bakalář (jméno, příjmení, případně i tituly) |
| Mgr. Tomáš Jeřábek, MBA | Alena Roháčková |

|  |  |
| --- | --- |
| Název práce | Marketingová strategie firmy Hollandia |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Úroveň splnění tématu BP** | A | B | C | D | E | F |
| stupeň splnění cíle |  | X |  |  |  |  |
| logická stavba práce a návaznost částí | X |  |  |  |  |  |
| hloubka provedené analýzy |  | X |  |  |  |  |
| vhodnost použitých metod | X |  |  |  |  |  |
| úroveň použití metod |  | X |  |  |  |  |
| závěry práce |  | X |  |  |  |  |
| vlastní přínos studenta k tématu | X |  |  |  |  |  |
| význam pro teorii / praxi | X |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Splnění formálních náležitostí BP** | A | B | C | D | E | F |
| práce s literaturou, citace | X |  |  |  |  |  |
| úprava práce – text, grafy, tabulky, … | X |  |  |  |  |  |
| styl, jasnost formulací | X |  |  |  |  |  |
| gramatická úroveň, překlepy | X |  |  |  |  |  |
| samostatnost a aktivita studenta při zpracování | X |  |  |  |  |  |
| stanovení a plnění harmonogramu tvorby práce | X |  |  |  |  |  |
| spolupráce s vedoucím práce | X |  |  |  |  |  |

**Pro uvedení konkrétních připomínek a otázek k práci, resp. průběhu zpracování použijte druhou, případně i další strany hodnocení.**

**U obhajoby požaduji odpověď na následující otázky: Nejsou.**

|  |  |
| --- | --- |
| Navržená známka: (POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F) | **B** |

**Slovní hodnocení práce:**

Práce Aleny Roháčkové se zabývá marketingovou strategií společnosti Hollandia, přičemž podrobněji se věnuje problematice spojené s podporou prodeje. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část, přičemž v první z uvedených částí autorka specifikuje teoretické poznatky vztahující se ke zkoumané problematice, praktická část pak nejprve představuje sledovanou společnost a poté následuje obsáhlejší kapitola věnovaná analýzy komunikačního mixu. V rámci této části jsou mimo jiné prezentovány jednak autorkou provedený kvalitativní výzkum v podobě řízeného rozhovoru s marketingovým manažerem a stěžejní částí je pak analýza vybrané kampaně na podporu prodeje. Praktickou část uzavírají autorčiny návrhy směřující ke splnění zadaného cíle.

Práce má logickou strukturu a je psaná čtivou formou. Výtku mám pouze v absenci hlubších závěrů analýz, i tak považuji cíl práce za naplněný. Práci doporučuji hodnotit výborně až velmi dobře, dle průběhu obhajoby.

Práci neshledávám plagiátem.

Bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení: **B**

**Vedoucí bakalářské práce: Tomáš Jeřábek**

Datum, místo a podpis vedoucího: 30.4.2018, Brno