

HODNOCENÍ VEDOUČÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

VEDOUČÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY)	BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY)
Dr. Ing. Pavel Tvrzník	Michaela Řehulová

NÁZEV PRÁCE Launch nového produktu na trh – doplněk stravy
--

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 požadují odpověď na následující otázky:

- 1. Jak dlouho podle trvá legislativní proces než se výrobek ve formě doplňku stravy dostane na trh v ČR?**

NAVRŽENÁ ZNÁMKA:
(POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F)

B – VELMI DOBŘE.

Slovní hodnocení práce:

Teoretická část bakalářské práce je zpracována přehledně s charakteristikou základních prvků marketingového a komunikačního mixu. Významnou kapitolu tvoří charakteristika doplňků stravy a především rozdíl v legislativním pojetí léku vs. doplněk stravy. V další části je pak velice podrobně charakterizováno marketingové prostředí

(makro i mikrookolí), teorie marketingových analýz. Vše pak končí základními legislativními aspekty vztahující se k řešené problematice.

Praktická část charakterizuje předměty zkoumání (dvě společnosti) včetně jejich firemní struktury, produktové řady spolu s vhodně aplikovanou marketingovou analýzou SWOT spolu s komparací ČR vs. SK a PEST analýzou. Významnou složkou předložené BP je dotazníkové šetření na 300 respondentech. V rámci návrhové části autorka doporučuje marketingová opatření, která povedou ke zlepšení marketingové komunikace v ČR společnosti a tím ke zvýšení růstu prodeje. V práci pro přehlednější orientaci postrádám grafické a tabulkové zpracování získaných výsledků.

Závěr BP je shrnutím a zhodnocením přínosu bakalářské práce a její výsledky by měly přinést prostřednictvím lepší marketingové komunikace také zvýšení obrátu při prodeji výše uvedeného produktu.

Závěr:

BP má praktické využití a její cíl byl splněn. Práce není plagiátem.

Bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení: **B – velmi dobře.**

Vedoucí bakalářské práce: Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Datum, místo a podpis vedoucího: 1. 5. 2021, Brno