

HODNOCENÍ VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

VEDOUcí BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY)	BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY)
Dr. Ing. Pavel Tvrzník	Magdaléna Čoupková

NÁZEV PRÁCE Marketingový mix vybraného vinařství

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:

Bylo vybrané vinařství seznámeno s BP, případně, které z navrhovaných opatření již realizují, resp. bude realizovat?

NAVRŽENÁ ZNÁMKA: (POUŽÍVEJTE STUPNICE A, B, C, D, E, F)	D - USPOKOJIVĚ
--	-----------------------

Slovní hodnocení práce:

Teoretická část bakalářské práce je zpracována přehledně s historií pěstování vinné révy a počátků pěstování na našem území. Postrádám zde hlubší charakteristiku jednotlivých vinařských podoblastí spolu s jejich specifikami a převládající odrůdovou skladbou. V předložené práci postrádám hlubší rozdělení vín, které jsou pro budoucí zlepšení marketingového mixu základním předpokladem, stejně jako kapitolu věnovanou vinařské legislativě.

Teoretická část obsahuje základní prvky marketingového mixu. Přehledně je zpracována kapitola marketingových analýz, která dává předpoklad využití v praktické části.

V praktické části je představeno vybrané vinařství, spolu s marketingovou analýzou SWOT, která je zpracována bez bodového hodnocení. Porterův model využívá základní aspekty vycházející z analýzy vybraného vinařství, stejně jako SWOT analýza by si zasloužila detailnější zpracování. Zpracování marketingového komunikačního mixu je rovněž zpracováno velmi povrchně. Naopak dotazníkové šetření a úroveň jeho zpracování nabízí mnoho myšlenek použitelných v návrhové části BP.

Návrhová část vychází jak ze znalosti dané problematiky, tak i z dotazníkového šetření. Je škoda, že návrhová část BP je velmi stručná a málo konkrétní pro následné praktické využití nejen analyzovaného vinařství.

Závěr:

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

Bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení: **D – uspokojivě** .

Vedoucí bakalářské práce: Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Datum, místo a podpis vedoucího: 30. 8. 2021, Brno