

## HODNOCENÍ VEDOUČÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

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

NÁZEV PRÁCE **Marketingový komunikační mix vybraného pivovaru**

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:**

**Jaké jsou v současné době trendy v pivovarnictví, resp. v produktech pivovarů (piv)**

NAVRŽENÁ ZNÁMKA:

(POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F)

**B – VELMI DOBRĚ.**

### Slovní hodnocení práce:

Studentka Martina Lachmanová zpracovala bakalářskou práci na prakticky zaměřené aktuální téma marketingového komunikačního mixu pivovaru Svijany.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

Teoretická část se podrobně věnuje úvodu do historie pivovarnictví, základům výrobního procesu piva, dělení pív a výčtu nejznámějších pivovarů v ČR.

Teoretická část obsahuje všechny základní marketingové prvky, které z hlediska logického členění působí neuspořádaným dojmem.

V analytické části se autorka věnuje současnému komunikačnímu mixu spolu s marketingovými analýzami. Práce je vhodně doplněna dotazníkovým šetřením. Nejednotně působí používání tabulek a grafů, stejně jako některé ze slovních obrátů. Návrhová část obsahuje základní doporučení včetně cenových návrhů (Pivovar Svijany patří mezi nejznámější pivovary a díky popularitě a době působení na trhu hledat realizovatelné nové marketingové komunikační prostředky se během zpracování předložené BP jevil jako úkol pro vyšší formu zpracování).

BP není plagiát

Závěr:

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

**Vedoucí bakalářské práce: Dr. Ing. Pavel Tvrzník**

Datum, místo a podpis vedoucího: 9. 5. 2022, Brno