

HODNOCENÍ VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

| | |
|---|--|
| VEDOUcí BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY) | BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY) |
| Dr. Ing. Pavel Tvrzník | Nina Karasová |

| |
|---|
| NÁZEV PRÁCE Marketingový komunikační mix vybraného podniku |
|---|

| 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:

- Do jaké míry podle Vás může legislativa reklamy na tabákové výrobky ovlivnit případnou reklamní kampaň vybraného podniku při propagaci vodních dýmek.**

| |
|--|
| NAVRŽENÁ ZNÁMKA: (POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F) C - DOBŘE. |
|--|

Slovní hodnocení práce:

Studentka Nina Karasová zpracovala bakalářskou práci na aktuální téma specifického podniku Simple Shisha Bar. Cíl bakalářské práce byl splněn. Základem teoretické části je přehledně zpracovaná část věnující se marketingu. Zahrnuje základní prvky marketingové komunikace rozpracované do mixu 4P spolu se základními prvky marketingového komunikačního mixu. V rámci marketingových analýz autorka uvádí Porterův model, analýzy 7S a SWOT.

Praktická část je věnována charakteristice vybraného podniku Simple Shisha Bar.

Spolu se základní charakteristikou hlavního produktu, kterým jsou vodní dýmky spolu s míchanými nápoji. Z hlediska vhodnosti užití marketingových analýz u SWOT analýzy je diskutabilní volba příležitostí a hrozeb. Dotazníkové šetření na bázi odpovědí respondentů tvoří základ pro vhodně zvolená praktická doporučení. Mám připomínku k popisu grafu 11, kde by bylo vhodné zobrazení celého textu.

Návrhová část plně využívá závěrů marketingových analýz a především dotazníkového šetření (některé z položených otázek neposkytují odpovědi z hlediska cíleného využití dotazníkového šetření). Praktická doporučení jsou vhodně uvedena v tabulkové podobě a doplněna předpokládanými realizačními náklady, ty jsou předpokladem praktické realizovatelnosti s přímým odhadem jejich návratnosti. Tím skýtají možnost praktického využití předložené bakalářské práce.

Bakalářská práce není plagiát.

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

Vedoucí bakalářské práce: Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Datum, místo a podpis vedoucího: 10. 5. 2022, Brno