

## Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Autor práce	Tomáš Brothánek		
Název práce	Marketingová komunikace českých pivovarů v době koronakrizy		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2020-2021
Autor posudku	Mgr. Eliška Káčerková, Ph.D.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	<b>a</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	40	<b>a</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>a</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>c</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	<b>b</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>a</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	<b>a</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	<b>b</b>
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	<b>b</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,33</b>	<b>B</b>

### Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Relevantní teoretická část přináší kvalitní východiska pro část praktickou, oceňuji konkrétní zaměření na vliv pandemie Covid-19 na sledovanou oblast pivovarnictví a restauračních zařízení.
- Adekvátní metodický postup, odůvodněný výběr participantů sledující poměr zastoupených mužů a žen.
- Provedený pretest zvyšující relevantnost otázek v polostrukturovaném rozhovoru.
- Konkrétní, věcná doporučení.

### Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Chybí shrnutí analýzy spotů a primárního výzkumného šetření, práce neobsahuje ani syntézu zjištěných poznatků z obou částí výzkumu.
- Nepřesnost v odborné terminologii: „Výzkum probíhal pomocí *kvantitativní* metody formou polostrukturovaných rozhovorů“ (str. 56).

### Otázky k obhajobě:

- Lze tedy konstatovat, že tradiční reklama u vybrané cílové skupiny již neplní svou funkci?

**Kontrola plagiátorství byla negativní.**

**Ve Zlíně dne 13. května**

**Podpis: Mgr. Eliška Káčerková, Ph.D.**

v.r.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01