

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Kateřina Kurková		
Název práce	Návrh marketingové kampaně pro svatební a eventovou agenturu		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2020-2021
Autor posudku	Mgr. Eliška Káčerková, Ph.D.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	e
2 Nastavení cílů a metod práce	40	d
3 Úroveň teoretické části práce	50	d
4 Úroveň analytické části práce	50	e
5 Úroveň projektové části práce	50	d
6 Splnění cíle práce	60	d
7 Struktura a logika textu	40	d
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	c
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	d
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	e
Návrh hodnocení dle váženého průměru	2,63	E

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Zajímavost tématu, osobní zaujetí autorky.
- Konkrétní popis fungování zvolené společnosti.
- Objevují (byť menšinově) přínosné informace, které mohou reálně napomoci lepší koordinaci podnikání, poznání trhu.
- Snaha o kombinaci několika výzkumných metod.

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

- Jako celek působí práce nekonzistentním dojmem, je nesystematicky členěná, v mnohých kapitolách zbytečně stručná, zvolenou problematiku nedokázala po odborné stránce kvalitně obsáhnout.
- Teoretická část práce trpí přílišnou stručností, dokonce i na jednotlivé (pro praktickou a projektovou část práce velmi důležité) části marketingového mixu je nahlíženo poměrně povrchně, chybí různá odborná pojetí dané problematiky.
- Kap. 2.2 i s podkapitolami je založena na jediném (!) zdroji.
- V Kap. 3 Marketingový výzkum se objevují naprosto identické texty jako v předchozí bakalářské práci autorky.
- Z metodického postupu není zcela jasné, jakým způsobem bylo dosaženo oslovení *relevantní* skupiny respondentů pro kvantitativní šetření, u obou druhů šetření nejsou uvedeny jejich limity.
- Provedené analýzy v praktické části (analýza marketingového mixu služeb, PESTLE, Porterova analýza) působí povrchním dojmem, jsou příliš stručné a nepřinášejí mnoho informací využitelných v praktickém podnikání. Absentuje syntéza nejdůležitějších zjištění z provedených analýz.

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

- Nevhodné vyhodnocení kvalitativního šetření (vyhodnocení by mělo mapovat jednotlivé tematické oblasti, hledat různá/shodná pojetí participantů, ilustrativně využívat přímých řečí participantů apod.).
- U výzkumné sondy jsou data viditelná v grafech bez dalšího smyslu zopakována, chybí však autorčin komentář k nim.
- Projektová část navrhuje „marketingovou kampaň“, která je založena spíše než na systematickém přístupu (reálném marketingovém plánu), na kompilaci vybraných oblastí. Některým je věnována detailnější pozornost, jiné jsou spíše obecného (neuchopitelného) rázu. Praktická realizovatelnost je diskutabilní.
- V seznamu literatury není dodržen doporučený harvardský systém záznamu bibliografického údaje.
- Po formální stránce: u Obrázku 1 chybí uvedení odborného zdroje, podle něhož vzniklo schéma, dělení podkapitol je u kvalifikačních prací povoleno pouze do třetího řádu (např. kap. 1.2.4.1 až 1.2.4.5 tuto podmínku nesplňují), v praktické a projektové části autorka nedodrhuje odborný styl a na některých místech je text uváděn v 1. osobě (např. „V Pardubickém kraji jsem identifikovala celkem 9 agentur...“ a mnoho dalších!), chyby ve výpočtech v Tabulce VII, v přílohách chybí scénář k rozhovoru i dotazník k průzkumné sondě, drobné překlepy.
- Zásadní nedostatky mohly být odstraněny při konzultaci alespoň finální podoby práce.
- Problematickou otázkou je naplnění minimálního rozsahu práce – tedy 60 normostran čistého textu (měřeno od Úvodu po Závěr).

Otázky k obhajobě:

- Jak byste odborně definovala pojem „marketingová kampaň“?

Kontrola plagiátorství byla negativní. Byly však nalezeny části shodující se s předchozí bakalářskou prací autorky (Kap 3).

Předložená diplomová práce je na hranici obhajitelnosti, doporučuji zkušební komisi zohlednit úroveň obhajoby pro stanovení konečného hodnocení.

Ve Zlíně dne 14. května

Podpis: Mgr. Eliška Káčerková, Ph.D.

v.r.