

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do označených políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce

Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Jméno a příjmení: Vojtěch Kajtman

Název práce Marketingový plán Špejchar Ražice

Autor/ka posudku

Jméno a příjmení: Ing. Hana Moravcová, Ph.D.

Pracoviště: IKSŽ, Katedra marketingové komunikace a PR

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Postup práce odpovídá tezím.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	D
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	D
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálů	D
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	D

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Viz komentář k části 4.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	C
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	D
3.3	Dodržení citační normy (Pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	A
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (Pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F.)	F
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce obsahuje velký počet pravopisných chyb. Kromě toho se text na několika místech doslovně opakuje. Autor byl několikrát na nutnost jazykové korekce vedoucí upozorněn. Stylisticky je práce na velmi nízké úrovni.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Teoretická část trpí především povšečností. Obsahuje obecné shrnutí vysokoškolských učebnic marketingu, kvalifikačních prací, nebo vzdělávacích sekcí webů agentur, místo cílených odborných textů např. k aplikaci výzkumných poznatků pro formulování marketingové strategie pro malé a střední podniky, nebo NGO, kam by se tento obecní projekt dal bez pochyby zařadit. Za nadbytečnou lze rovněž označit pasáž vysvětlující pojem nová média. Autor bohužel v této oblasti příliš nereflektoval připomínky vedoucí. Ačkoli, je nutné poznamenat, že srovnáme-li text s jeho úplně první fází, autor významný posun rozhodně realizoval.

Co se týče analýzy SWOT, autor sice charakterizoval některé skutečnosti popisující vlastnosti objektu a jeho vybavení, ale nedostal se v hloubce analýzy dál než na úroveň úvah a spekulací. Řešení vycházející ze SWOT se často opakují.

Nejsilnější část práce je pokus o poznání cílové skupiny, i když je limitován tím, že se autor zaměřil pouze na členy lokální obchodní komory. Pomocí výzkumu zjistil, že by v zásadě mohl mít tento segment o službu zájem a že média, která daná skupina lidí sleduje, zhruba vystihují obecně proporce uváděné pro populaci ČR. Popsal existující konkurenci a vystihl možné důvody, co by mohlo snižovat nebo naopak zvyšovat poptávku po coworkingovém centru v Ražicích.

Marketingový plán obsahuje některé prvky, které nejsou domyšlené z hlediska toho, kdo a proč by nesl náklady za uskutečnění dané akce a jaký očekávaný přínos by akce měla, a to především v případě eventů nebo workshopů, jejichž plánování se zdá postavené pouze na dobré víře, že se lidé nějak objeví a akce se nějak udělá. Naopak, plán na web, SEO (search engine optimization) a PPC (pay per click) reklamu či sociální síť se jeví jako realistický a podložený.

Celkově práce vykazuje proměnlivou kvalitu, největší mezery má plán v tom, že se některé aktivity udělají samy – ale tak to není, vždy za nimi musí stát placená práce někoho z obce nebo z agentury. Příkladem je mj. plán na (samo)hlídání dětí v muzeu. Co by práci určitě pomohlo: přemýšlet o celém projektu v rámci nějaké obecní, veřejně prospěšné aktivity, podívat se na financování prizmatem veřejných rozpočtů a rozpočtů navázaných na zdroje EU. Nicméně, s přihlédnutím k tomu že autor plánoval komunikaci k produktu, který není hotový a který má více slabín než silných stránek, se jedná o práci, na níž by v budoucnu mohlo zastupitelstvo obce brát zřetel, kdyby se rozhodlo coworkingové centrum (tedy onu kancelář) skutečně propagovat.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT

5.1	Popište, zda se v případě špejcharu Ražice jedná o obecně prospěšný projekt, nebo zda se jedná o tržní aktivitu provozovanou soukromým subjektem, který by např. mohl mít coworkingové prostory jenom v nájmu.
5.2	Popište, jak byste před zastupiteli obce obhájil realizaci marketingového plánu s plánovanými náklady 150 tis. Kč; popište, za co byste peníze utratil a proč.
5.3	Jak byste argumentoval, kdyby Vám zástupci obce tvrdili, že si obec takový výdaj nemůže dovolit?

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	Click or tap here to enter text.
-----	----------------------------------

7. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Click or tap here to enter text.

Datum: Click or tap here to enter text.

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF, nebo jej zašlete sekretářce příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu.