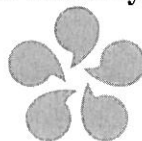


Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Filozofická fakulta
Ústav česko-německých areálových studií a germanistiky



POSUDEK VEDOUČÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Studijní obor:	Evropská teritoriální studia – ČR a německy mluvící země
Akademický rok:	2014/2015
Název práce:	Marketingové řízení ve vybrané organizaci
Autor/ka práce:	Tereza Vybíralová
Vedoucí práce:	doc. Ing. Petr Řehoř, Ph.D.

1. HODNOCENÍ OBSAHOVÉ STRÁNKY PRÁCE (hodnocení vyznačte X)	1	2	3	4	Nelze hodnotit
	Stanovení cíle/hypotéz/výzkumných otázek a míra jejich naplnění		X		
Použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu		X			
Faktická, věcná a obsahová správnost		X			
Relevantnost tématu v rámci oboru (s ohledem na současný stav výzkumu)			X		
Interpretace výsledků		X			
Formulace závěrů práce		X			
Odborný přínos práce a její praktické využití			X		
Schopnost argumentace a kritického myšlení autora/ky	X				
2. HODNOCENÍ FORMÁLNÍ STRÁNKY PRÁCE (hodnocení vyznačte X)	1	2	3	4	Nelze hodnotit
Shromáždění relevantních informací (literatury a ostatních zdrojů)	X				
Provázanost a sled textu, návaznost kapitol		X			
Grafická úprava textu		X			
Jazyková a stylistická úroveň práce		X			
Práce s odborným jazykem		X			
Práce s daty, informacemi a odbornou literaturou (správnost a četnost odkazování)	X				
Vhodnost příloh (pokud je práce obsahuje)	X				
Samostatnost autora/ky při zpracování práce	X				
Celkový přístup a aktivita autora/ky		X			

3. ZÁVĚREČNÉ SLOVNÍ HODNOCENÍ VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autorka se zabývá tématem marketingového řízení ve společnosti Red Bull. V práci uvádí dva různé cíle (v anotaci i v kapitole cíle), toto měla sjednotit a cíl lépe naformulovat vzhledem k názvu práce. Ke sběru dat využila také metodu dotazníkového šetření. V dotazníku však postrádám některé otázky, které by bylo vhodné použít a zjistit i účinnost dalších marketingových nástrojů. Autorka se v práci nezabývá zcela marketingovým řízením, zaměřila se spíše na eventy a jejich dopad na spotřebitele. Z práce také nevyplývá, proč autorka využila metody SWOT a PESTLE, k čemu ji pomohli a jaké závěry z nich vyplývají pro společnost? Tyto analýzy nejsou dostatečně sepsané. Pozitivně hodnotím teoretickou část, použité zdroje a citace.

Celkově hodnotím práci za dva. K lepší známce by studentce pomohla jistě konzultace s vedoucím práce, kterou bohužel neuskutečnila.

Otázky k obhajobě:

Jak autorka chápe celý proces marketingového řízení?

Proč se nezabývá tzv. 4P marketingu?

Jaké závěry z provedených analýz vyplývají pro společnost?

Jakou strategii by společností navrhovala?

PRÁCI K OBHAJOBĚ: DOPORUČUJI

NÁVRH NA KLASIFIKACI BAKALÁŘSKÉ PRÁCE:

VELMI DOBŘE

22.5.2015

Datum



Podpis