

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Jaroslav Stoklásek
Název práce	Marketing a propagace pivovaru Zlínský Švec
Obor/forma studia	MK KS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Josef Kocourek

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	C
2 Nastavení cílů a metod práce	30	D
3 Úroveň teoretické části práce	50	E
4 Úroveň analytické části práce	50	E
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	D
7 Struktura a logika textu	40	D
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	C
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	D
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	D
Návrh hodnocení dle váženého průměru	2,48	D

Připomínky a hodnocení práce:

Autor si vybral zajímavé a aktuální téma. Teoretická část je podprůměrná a zpracována pouze na 10 stranách, což je nedostačující. Metodologie je zpracována velmi úsporně. Autor v teoretické části představí metodu benchmarking, s kterou ale v praktické části vůbec nepracuje. Praktická část je spíše popis než analýza, chybí jasně stanovená kritéria analýzy. Srovnání minipivovarů je prakticky na jedné straně, což je se SWOT analýzou jediný analytický prvek celé práce. Logika textu v praktické části je zvláštní, představení minipivovaru a popis využívaných nástrojů komunikačního mixu jsou až ke konci praktické části, což je z hlediska tématu práce nestandardní. Práce by mohla být také napsána odbornějším jazykem.

Otázky k obhajobě:

1. Proč jste nakonec nerealizoval metodu benchmarkingu v praktické části?
2. Pivo Zlínský Švec se prodává také v pet lahvích. Nemá tento druh prodeje vliv na budování značky? Pivo z pet lahve přece jen není moc atraktivní nebo je to jinak?
3. Mohl by autor u obhajoby vysvětlit svůj záměr s představením zkoumané organizace až na konci praktické části?

Ve Zlíně dne 9. 5. 2013

Podpis: