

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Autor práce	Zuzana Miškeříková	
Název práce	Marketingová komunikace zahrádkářského spolku Sudoměřice zaměřená na podporu místních vinařů	
Autor posudku	doc. Ing. Pavla Staňková Ph.D.	2024/25

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	A
2 Nastavení cílů a metod práce	40	A
3 Úroveň teoretické části práce	50	A
4 Úroveň analytické části práce	50	B
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	A
7 Struktura a logika textu	40	A
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	B
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	A
Výsledné hodnocení	1,17	A

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

- Práce se věnuje specifickému tématu marketingové komunikace neziskové organizace působící ve vinařském prostředí, což představuje originální propojení dvou odlišných oblastí.
- Teoretická část je zpracována pečlivě a poskytuje kvalitní poznatky pro praktickou část práce. Pozitivně hodnotím kapitulu věnovanou specifikům vinařského marketingu. Použité zdroje pro tuto část práce mají převážně monografický charakter, avšak absence odborné seriálové literatury zásadním způsobem nesnižuje celkovou kvalitu bakalářské práce.
- Metody zvolené pro zpracování práce jsou vhodně stanovené, logicky navazují na výzkumné otázky a přispívají k naplnění cíle práce. Propojení kvalitativního a kvantitativního výzkumu představuje vhodný předpoklad pro získání relevantních a komplexních informací.
- Předložená konkurenční analýza marketingové komunikace přináší zajímavé a inspirativní poznatky. Přesto by podle mého názoru bylo vhodné tuto část dále rozšířit i o oblast off-line komunikace.
- Závěrečná doporučení vycházejí ze zjištěných poznatků a jsou v praxi využitelná.
- Zajímavou přidanou hodnotu této bakalářské práce představují přílohy, konkrétně vzor mediálního plánu pro akce spolku a návrh contentové strategie pro sociální sítě, které vhodně doplňují praktickou část.

Otázky k obhajobě:

- Upřesněte, na základě jakých dat jste definovala personu pro mediální plán (viz příloha P VI)?
- V práci opakovaně uvádíte jako cílovou skupinu definovanou ženy ve věku 26–45 let. Z jakého důvodu jste si tedy pro definování osoby v rámci mediálního plánu zvolila muže ve věku 45 let?

Systém na kontrolu plagiátorství (STAG UTB) identifikoval shodu 2 %. Vedoucí práce konstatuje, že práce není plagiát.

Ve Zlíně dne 7. 5. 2025

Podpis: Pavla Staňková, v. r.