

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tomáš Hanzlík

Název práce: Marketingový plán fitness centra Natálie v Českém Brodě

Cíl práce: na základě analýzy marketingového plánu, který byl aplikován v roce 2014, navrhnout úpravy marketingového plánu pro rok 2015 a 2016.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – cíl práce byl splněn na vysoké úrovni, co se týče obsahové stránky. Bohužel práce obsahuje řadu chyb, které jsou zahrnuty níže v hodnocení a připomínkách. Celkově však student prokázal schopnost orientovat se v marketingovém prostředí fitness odvětví.
- Samostatnost při zpracování tématu – student pracoval velice pečlivě, samostatně, pravidelně vše konzultoval s vedoucím práce. Jeho přístup ke zpracování bakalářské práce byl velmi zodpovědný.
- Logická stavba práce – struktura práce vykazuje drobné nedostatky. Návrh marketingového plánu je v podstatě spojen s jeho analýzou, což není úplně vhodné, na druhou stránku je přehledně vidět, z čeho návrh vychází, a co přesně se změní.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 30 zdrojů, z toho 7 zahraničních, čímž práce převyšuje stanovené minimální požadavky na bakalářskou práci. V samotné práci s literaturou se však vyskytují některé formální nedostatky zejména při citacích v textu – viz níže připomínky. Některé kapitoly jsou také spíše kompilací citací bez dalšího vlastního textu a komentáře studenta.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní, správně využité.
- Hloubka tematické analýzy – student zpracoval marketingový plán opravdu velmi pečlivě, velmi detailně, v práci je znát, že vše velmi dobře promýšlel a nic neopomenul. I přes velký rozsah práce provedl potřebné analýzy a získal tak podklady pro svůj návrh.
- Úprava práce – bohužel práce obsahuje četné nedostatky v podobě chyb, nadpisů na konci stran, a hlavně častého prázdného místa bez textu na mnoha stranách práce. Vše viz níže připomínky.
- Stylistická úroveň – v práci autor kombinuje různé stylistické jazyky („já“, „my“), také vyjadřování je třeba zlepšit. Návrhy jsou pak ve většině případů stylizovány do podmiňovací

formy („bych“). Autor by si měl za svým návrhem stát a uvést jak marketingový plán navrhuje, nikoliv, jak „by“ navrhoval.

Připomínky:

V úvodu v prvním odstavci chybí ukončení věty. Navíc by mohl být úvod v bakalářské práci trochu delší.

Str. 11 – nesprávné skloňování – „Uspořádání dat, které byly získány ...“

Str. 12 – chybí odkaz na zdroje citace – „Český autor Bureš nahlíží ...“

U citací v textu student uvádí konkrétní stranu chybně. Namísto např. „s. 170“, uvádí „170 s.“ což pak znamená počet stran. Jedná se o drobný nedostatek.

Odkaz na zdroje u citací v textu se dává k příjmení autora. Na str. 14 tomu tak není – „Boyer definuje ...“ Stejně tak na str. 16.

Str. 17 – zdroje citace je až na další straně

Str. 18 – nelogická věta – „Janes in Šíma je cena pro poskytovatele ...“

Zdroje uvedené v poznámkách pod čarou u citací v textu vykazují určité nedostatky ve svém formátu, např. název díla není kurzívou, křestní jména uvedená kapitálkami, špatný rok publikace (Šíma), název online zdroje úplně chybí, apod. U samotných citací pak student občas zahrnuje jméno autora již přímo do citace ohraničené uvozovkami.

Str. 31 – zbytečně vynechané místo na straně bez textu.

Str. 32 – nesprávné skloňování – „... a primárními daty je v účelu, pro který byly vyhotoveny.“

Str. 33, 35, 37, 42, 46 a některé další – zbytečně vynechané místo na straně bez textu.

Str. 37 – nesprávné skloňování – „Získané data ...“

Na str. 38 autor uvádí, že z analýz vnějšího prostředí provedl analýzu konkurence a z analýzy vnitřního prostředí provedl SWOT analýzu. SWOT analýza je však vytvořená z vnějšího i vnitřního prostředí. Zde se tedy jedná o špatnou formulaci myšlenky, nebo nepochopení tvorby SWOT analýzy.

Str. 38 – nesprávná skloňování – „... všechny konkurenční fitness centra ...“, „... jsou definovány jako fitness centra ...“

Str. 39 – nesprávné skloňování – „Definice kritérií, ... jsou uvedeny ...“

Str. 39 – chybějící odkaz na zdroj – „... od Tomka a Vávrové.“

Celkově jsou velmi často v práci drobné formální nedostatky v podobě překlepů, chyb, apod. Viz výše připomínky. Dále už je zde nebudu konkrétně vypisovat.

Závěr by měl obsahovat nejenom shrnutí návrhů, ale také předtím shrnutí nejdůležitějších poznatků z provedených analýz.

Otázky k obhajobě:

1. Byly již výsledky práce, nebo budou prezentovány managementu fitness centra Natálie? Pokud již byly, s jakým výsledkem?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře.

V Praze dne 9.5.2015

.....
Mgr. Josef Voráček