

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Debora M. Vrátilová

Název práce: Marketingový plán vinařství Vrátil

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Petr Koblavský

Pracoviště:

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
 cílem práce bylo zpracovat marketingový plán rodinného vinařství. Práce žádný takový nepředkládá, obsahuje pouze obecné koncepty bez jakékoliv hlubší analýzy.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	E
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	E
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	E
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	F

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
 Práce nemá žádný výsledek = obsahuje pouze obecné teze ohledně toho, co vše lze v rámci marketingu dotčeného vinařství použít, kdy je zcela zjevné, že autorka nechápe literaturu využitou v rámci práce a zcela jí mívá jakékoliv zvládnutí techniky zpracování všeho zmíněného či teoreticky použitelného. Text je zcela nelogicky poskládaný do několika kapitol, které jsou odrazem možných teoretických analytických marketingových a strategických technik.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	E
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	F
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 neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	F
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	C

3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	C
-----	--	---

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek) práce je lehce přeformulovanou verzí předchozích prací autorkou odevzdaných a hodnocených opakovaně známkou F. bohužel autorka buď nevnímá připomínky nebo s nimi neumí zacházet anebo neobjetovala dost času na jejich zapracování. od předchozích verzí je potřeba pochválit lehké zlepšení formátování a jazykové úrovně. stále práce nedosahuje průměrnému stavu prací, nicméně zlepšení je znatelné a proto si zasluhuje ohodnocení C.

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

Práce autorky nemá mnoho silných stran. První polovina práce je špatným výtahem učebnic marketingu, nebo lehce rozepsanými presentacemi souvisejícími s oborem. Autorka však nechápe rozdíly mezi základními pojmy, což je jasné již na straně 4, kde píše "Marketingová strategie je součástí marketingového plánu. Definice strategického marketingu se u autorů různí." = zde pleť marketingovou strategii se strategickým marketingem (nebo jednoduše věty na sebe nenavazují a nedávají smysl - není jasné co je správně, každopádně obě varianty jsou špatně). text obsahuje i další nesouvislé a s ničím nesouvisající výkřiky - 2. odstavec například začíná "Dále se shrnuje jako základní prvek správného fungování společnosti. Tvorba úspěšných strategií představující dlouhodobý plán pro efektivní řízení podniku vnitřní a vnější faktory prostředí." kdy není jasné co se shrnuje jako základní prvek správného fungování společnosti, o jakou společnost se jedná, co je správné fungování atp. odstavec končí "Budování nových zákazníků a udržování loajálního spotřebitele je těžší než kdy jindy. (Zdroj: ", kdy není zjevné co je "budování nových zákazníků" a jaký je zdroj (autorka nějak neuvedla). celá kapitola 2 obsahuje pouze výpisky (autorka přidala barevné tabulky a množinové grafy čímž práci barevně oživila), kdy se jedná o obecné nesouvisující náhodné systematiky. Nejenže není jasné proč kapitola 2 v textu je (krom hypotézy, že je tam pro prodloužení textu), nicméně není přehledem znalostí ani konceptů důležitých pro zbytek práce. jsou to jednoduše rozpracované slidy z přednášek. kapitola 3 je opět zcela povrchní, představuje tržní situaci vinařů v CR na 1 stránce (jak lze tento trh představit v jakémkoliv nemarginálním rozsahu na jedné stránce????) a dále nějak představuje samotné vinařství, kdy se jedná o náhodné výpisky a postřehy událostí v životě vinařství. toto opět zcela obecně, náhodně a nahodile, hlavně a především však bez jakékoliv provázanosti s cílem práce. Ve 4. kapitole popisuje autorka několik teoretických analytických přístupů k analýze trhu a formací strategie (slepte, swot, porter, etc.) kdy mnohé postřehy jsou naprosto náhodné a s ničím nesouvisící - například mezi SPOLEČENSKÝMI FAKTORY souvisejícími s vinařstvím uvádí ve výhodách "• Silný zdravotnický sektor (dobře rozvinuté zdravotnické služby s širokým dosahem)." a v rámci výzev "• Konflikt ohledně migrační politiky EU (proti kvótám uloženým EU". Ani jednomu nerozumím v souvislosti s vinařstvím a vlastně v souvislosti s čímkoliv. V případě Ekonomických faktorů pak uvádí jako výhodu "jedna z nejnižších měr nezaměstnanosti (2,5 % ve 1Q 2022) i během pandemie.", kdy si v následujícím textu "stěžuje" na nedostatek pracovníků. Práce obsahuje absolutní výkřiky, které prostě s ničím nesouvisí např. "Vinařství je na energiích a pohonných hmotách závislé díky technologicky řešeným pracovištím a halám, ve kterých je spotřebováno nadměrné množství elektrické energie." (je zde mnoho otevřených dotazů ke každému slovu). Práce je neodčitovaná, přestože občas obsahuje silné statementy jako "Faktem je to, že dnešní spotřebitel nemá přílišnou důvěru ve vína, která vidí v regálech velkoobchodů i v drahých restauracích.", které podle mého ani nejsou pravdivé. v kapitole 4.3 autorka píše, že hlavním cílem je zlepšení finančního výsledku v roce 2023 ale není vysvětleno kdo si cíl vytýčil, jestli je konkrétní (nebo stačí o korunu více než dříve), kdy v rámci cíle uvádí sestavení finanční prognózy. (proc na základě čeho, jak to souvisí s marketingem a marketingovým plánem atp.). práce dále obsahuje perly jako "Hlavní demografickou skupinou, na kterou se vinařství zaměřuje jsou jak muži, tak ženy ve věkovém rozpětí od 25 do 80 let." (pravdou však je, že dolní limit bylo možno trosku snížit na 18 let), či "Naproti tomu síť Instagram nám převážně pomůže oslovit naše publikum pomocí vizuální prezentace." (instagram je založena na základě vizuálu a nemůže oslovit publikum moc jinak). celý marketingový plán je obsažen na 2 nebo na 5 stránkách (pokud vezmeme v úvahu obecné trusimy napsané na 3 stranách) a je tedy zcela nespecifický, zcela obecný a zcela jako marketingový plán nepoužitelný. pro manažera se není čeho chytit = pouze se dozví, že něco lze dělat na instagramu a něco na facebooku. práce je jednoduše řečeno absolutně špatná a zcela neodpovídá bakalářskému stupni studia na karlově universitě.

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

5.1	nemám žádných otázek, na vše jsem se ptal dříve
5.2	

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	
-----	--

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

- A
B
C
D
E
F nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

hodnocení je uvedeno výše. práce je rozšířeným přepisem slidů z přednášek a případně výpisků z učebnic opatřena několika faktografickými vpisky týkajícími se vinařství. práce není ani za nehet akademicky ale paragonně ani prakticky laděna. jediný důvod jejího vzniku je absolutorium bakalářského stupně studia. práce je obecná, nicneříkající, zbytečná a tedy bez jakéhokoliv přínosu pro autorku nebo pro čtenáře. jelikož je práce naformátovaná lépe než předchozí dvě neúspěšné, při vzorné obhajobě doporučuji klasifikovat E.

Datum:

Podpis:

<p><i>Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!</i></p>
