

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Analyza marketingové propagace konkrétní společnosti
Jméno autora:	Kristýna Strnadová
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Vedoucí práce:	Ing. Libor Cupal
Pracoviště vedoucího práce:	MÚVS, Oddělení manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání patří mezi průměrně náročné oblasti, i když s novými prvky v rámci environmentálního marketingu.	

Splnění zadání	splněno
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Považuji za splněné.	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<i>Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatně tvůrčí práce.</i>	
Autorka byl aktivní a samostatná při zpracování práce, aktivně konzultovala.	

Odborná úroveň	A - výborně
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Odpovídající využití znalostí získaných kvalitní teoretickou přípravou v úvodní části této závěrečné práce, tj. jejich vhodné využití v rámci praktické části práce.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Přehledné a graficky čisté zpracování, včetně tabulek a grafů. Odpovídající popis a vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníku a závěrečné vyjádření ke čtyřem výzkumným předpokladům.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Kvalitní práce s dostatečným počtem zdrojů včetně zdrojů zahraničních. Bibliografické citace jsou v souladu s citačními zvyklostmi.	

Další komentáře a hodnocení	
<i>Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.</i>	

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení.

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit aktuální stav marketingové propagace „zelené“ společnosti Yves Rocher. Pro empirický výzkum zvolila autorka metodu dotazování prostřednictvím online dotazníku, ve kterém zjišťovala názory spotřebitelů, jejich povědomí o značce a propagaci společnosti. Na základě marketingové analýzy společnosti a výsledků empirického výzkumu doporučila možnosti, které by mohly vést ke zlepšení. Z provedené analýzy formou dotazníkového šetření autorka mimo jiných závěrů vyvodila, že ačkoli má firma všechny procesy v rámci zeleného přístupu zvládnuté velice dobře, neumí je dostatečně plně využít při své marketingové propagaci.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 1.6.2018

Podpis: