

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Eva Suchá

Téma BP: Analýza a návrh struktury firemního tisku společnosti Meopta-optika s.r.o. jako marketingového komunikačního nástroje

Akademický rok: 2008/2009

Vedoucí BP*: Mgr.Lucie Zbořilová

Oponent BP*: doc.ing.Petr Briš, CSc.

OBCHODNÍ AKADEMIE T. BATI A VOŠE ZLÍN BAKALÁŘSKÉ STUDIUM	
Došlo: 08. 01. 2009	Zpr.:
Počet listů:	Spis. zn.:
Počet listů (svazků) příloh:	Skart. zn. a lhůta:
Č.j.:	
Předch. č.:	Násl. č.:

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	F _x 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						1,5
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BPX								1
Analytická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP		X						1,5
Součet								8,5

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (F_x nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	F _X	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

Teoretická část obsahuje základní pojmy charakteristiky a východiska ke zvolenému tématu práce, které je zaměřené na optimalizaci firemního periodika ve společnosti Meopta – optika s.r.o. Přerov.

V analytické části studentka stručně popisuje firmu Meopta-optika s.r.o. Přerov, popisuje historii firmy i historii vydávání firemních novin. Provádí analýzu struktury zaměstnanců v současné době. Dále je provedena analýza firemních periodik vybraných současných 15 organizací. Poté následuje v praktické části popis kroků při vytváření vlastních firemních novin. Není jasné, zda tyto kroky jsou návrhem autorky BP, či platí obecně. Na základě čeho jsou tyto kroky doporučovány?

V textu se občas nacházejí gramatické chyby, další nepřesnosti jsou v označování grafů (např. str. 36 – název má být pod obrázkem).

Otázky:

- 1) Firma, ve které jste působila v rámci BP se zřejmě rozhodla optimalizovat úroveň již vydávaných firemních novin. Došlo k implementaci vašich návrhů? Bylo provedeno vyhodnocení implementace např. dotazníkovou formou ?
- 2) V čem se liší firemní noviny 15 analyzovaných firem s firemním periodikem Meopty - optiky ?

Návrh na výslednou známku BP: B/ velmi dobře

Ve Zlíně

dne 5.1.2009



.....
podpis hodnotícího