

Univerzita T. Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
BAKALÁŘSKÉ STUDIJNÍ PROGRAMY
na Vyšší odborné škole ekonomické Zlín

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: **Monika Balounová**

Téma BP: **Návrh reklamní kampaně ve firmě zahradnictví Baloun**

Akademický rok: 2009/2010

Oponent BP*: doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

* Nehodící se škrtněte.

OBCHODNÍ AKADEMIE T. BATA VOŠE ZLÍN BAKALÁŘSKÉ STUDIUM	
Došlo: 05. 01. 2010	Zpr.:
Počet listů:	Spis. zn.:
Počet listů (svazků) příloh:	
Č.j.:	Skart. zn. a kůta:
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	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP								1,5
Splnění cílů BP								1,5
Teoretická část BP								1,5
Analytická část BP								1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP								2
Formální úroveň BP								1,5
Součet								9,5

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 (Fx 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	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:


Studentka předložila slušnou práci ve které se bohužel dopustila některých pochybení. V úvodu práce například volí z pohledu mateřského jazyka poněkud krkolomné formulace. Definiuje primární cíl práce, chybí však postup řešení dané problematiky a metody použité v práci. V teoretické části práce se zabývá problematikou komunikačního mixu, reklamy, základními komunikačními strategiemi. V tomto teoretickém základu mi však chybí zmínka o některých dalších náležitostech kampaně, ať již se jedná o strategii sdělení, apel, formát, informační obsah atd. V analytické části charakterizuje studentka firmu (zahradnictví) a zabývá se podrobněji propagací čtyř druhů nových bylin. Definiuje cíle kampaně, cílové publikum, volí média. Dále předkládá výsledky své ankety, které uskutečnila studentka mezi návštěvníky zahradnictví. Osobně tuto anketu z pohledu zaměření práce a využití výsledků považuji za poněkud zbytečné přidávání si práce. Některé návrhy studentky považuji jako nápad za dobré, jsou ale trochu vzdálené realitě. Jako příklad lze uvést to, že uvažuje s tím, že v pořadech Receptář prima nápadů, Jak na to a Rady ptáka Loskutáka se bude hovořit o propagovaných bylinách. Rozhodnutí však zcela záleží na scénáristovi těchto pořadů a představa, že si zvolí pro své vysílání zrovna zahradnictví Baloun je poněkud naivní. Rovněž je diskutabilní částka 20 tisíc Kč nákladů. Shrnutí: předložená práce je velmi dobrá s některými drobnými chybami.

Otázky k obhajobě:

1. Ve své práci stanovujete cíle reklamní kampaně. Můžete rozdělit cíle na marketingové a reklamní (komunikační) a uvést některé další příklady těchto cílů?
2. S jakou efektivitou uvažujete v případě Vámi navrhované kampaně? Jak můžeme zjišťovat efektivitu reklamní kampaně, prostřednictvím jakých ukazatelů?
3. Jak jste dospěla k již zmíněné částce 20 tis. Kč jako náklad na vysílání ve výše uvedených televizních pořadech?

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře
(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně dne 30.12.2009



.....
podpis hodnotícího