

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Marcela Dolanská

Téma BP: Marketingový plán podniku poskytujícího veřejné služby

Akademický rok: 2009/2010

Oponent BP*: Ing. Hana Brišová

*

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
Teoretická část BP	X							1
Analytická část BP	X							1
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1
Formální úroveň BP		X						1,5
Součet								7

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:

Cílem předložené BP bylo provést analýzu současného stavu ve státním podniku Hřebčín Tlumačov a navrhnout marketingový plán.

Teoretická část přináší logicky seřazena východiska k tématu od podstaty marketingové strategie až k charakteristice jednotlivých prvků marketingového mixu, které jsou součástí marketingového plánu. V analytické části studentka provedla situační analýzu, kterou přenesla do poměrně vyčerpávající SWOT analýzy.

Dále pomocí portfolio matice BCG analyzovala jednotlivé aktivity podniku.

V závěru práce navrhla marketingový plán na restrukturalizaci podniku včetně jeho realizace a odhadovaného rozpočtu.

Předložená BP splňuje ve všech bodech zadání, které jí bylo stanoveno. Je zpracována na velmi dobré úrovni.

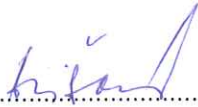
Otázky:

1. Jako jednu z hrozeb ve SWOT analýze uvádíte „dopady výsledkem“ (viz. Slovensko a Maďarsko). Můžete to blíže objasnit?
2. Jak vedení podniku přijalo Vámi navrhovaný marketingový plán na restrukturalizaci podniku včetně odhadovaného rozpočtu?

Návrh na výslednou známku BP: A/výborně

Ve Zlíně

dne 14.5.2010


.....
podpis hodnotícího