

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Kateřina Nevařilová
Téma BP: Marketingový plán firmy Samohýl MB, a.s.
Akademický rok: 2009/2010
Vedoucí BP*: Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

Oponent BP*:

* Nehodící se škrtněte.

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							1,0
Splnění cílů BP	X							1,0
Teoretická část BP	X							1,0
Analytická část BP	X							1,0
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1,0
Formální úroveň BP	X							1,0
Součet								6,0

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	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce se zabývá marketingovým plánem firmy Samohýl MB, a.s.

Po formální stránce bakalářská práce splňuje požadavky na ni kladené, má 57 stran textu, včetně seznamu použité literatury a internetových zdrojů a resumé v angličtině, její součástí je také zadání bakalářské práce a čestné prohlášení.

Struktura bakalářské práce je vhodně zvolena s ohledem na zadání práce. Teoretická část je v souladu s analytickou částí. Z hlediska věcného lze konstatovat, že autorka v této bakalářské práci vyčerpala zadané téma.

Na teoretickou část, ve které se popisují všechny části marketingového plánu, navazuje charakteristika společnosti. Dále se práce zabývá podrobnou analýzou vnějšího a vnitřního prostředí firmy, je zde provedena SWOT analýza, vytyčeny marketingové cíle a zvoleny marketingové strategie. Dále se autorka zabývá akčním programem. Jednou z nejdůležitějších částí práce je rozpočet nákladů na jednotlivé marketingové cíle. V závěru práce jsou uvedena všechna důležitá doporučení pro firmu.

Autorka práce přistupovala k práci velmi pečlivě a cíl bakalářské práce splnila.

- 1) Jak podle Vašeho názoru ovlivní činnost firmy makroprostředí v roce 2010?
- 2) Investuje společnost do vzdělání svých zaměstnanců?

Návrh na výslednou známku BP: A - výborně

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 28. prosince 2009

Kulíčkora

.....
podpis hodnotícího