

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Martin JESTŘABÍK

Téma BP: Marketingový komunikační plán firmy Moravské sklárny Květná s.r.o.

Akademický rok: 2009/2010

Oponent BP: ing. Šárka Vránová

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					2,0
Splnění cílů BP			x					2,0
Teoretická část BP		x						1,5
Analytická část BP		x						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		x						1,5
Formální úroveň BP		x						1,5
Součet								10 / 6 = 1,67

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:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Cílem této BP bylo vytvořit marketingový komunikační plán.

Celkově hodnotím práci velmi dobře.

Obsahuje např. potřebné informace o dodavatelích, struktuře exportu a zaměstnancích a jejich struktuře. Analyzuje současný komunikační mix firmy.

Některé informace (o tržbách, hospodářských výsledcích, podrobnější struktuře odběratelů) však v práci postrádám. Také např. popis současné situace v přímém marketingu je nedostatečný. Není jasné komu, na co a jak často jsou nabídky zasílány. Vůbec není zmíněna možnost exkurzí ve firmě, které jsou pro zájemce uskutečňovány.

Pozitivně hodnotím studentovy pečlivě zpracované návrhy v projektové části práce, (včetně finančního rozpočtu), provedení rizikové a nákladové analýzy a také velmi pečlivě zpracované grafy, tabulky a obrázky v celé práci.

Otázky:

- 1) Vůbec neuvažujete o osobním prodeji. Obchodní zástupci v určitých regionech placení formou provizí by podle mého názoru mohli být přínosem. Jaký je Váš názor?
- 2) Jako cíl uvádíte zvýšení kvality výrobků, ale v práci nejsou informace o současné kvalitě. Jaká je?
- 3) Navrhujete pouze poměrně drahé reklamní předměty (šachy + digitální zápisníky). S levnějšími předměty neuvažujete?
- 4) Bude na internetových stránkách možnost nákupu výrobků?
- 5) Uvádíte, že na vozech firmy je uvedeno pouze logo a telefon. Je tam uvedeno nové logo? Nebylo by vhodné i vyobrazit výrobky?
- 6) V čem spočívá nízká úroveň komunikace mezi mistrem a zaměstnanci (str. 39)?
- 7) Kdo jsou dodavatelé štětců z veverčích, kuních a jezevčích chlupů?

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně dne 23. 12. 2009



.....
podpis hodnotícího