

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta: Marie JANÁLOVÁ**

**Téma BP: Analýza vybraných telekomunikačních služeb Telefónica O<sub>2</sub> vzhledem ke konkurenci na tuzemském trhu mobilních operátorů**

**Akademický rok: 2009/2010**

**Vedoucí 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 <sub>x</sub> 4	F 5	
Náročnost tématu BP		x						1,5
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						1,5
<b>Součet</b>								<b>7 / 6 = 1,17</b>

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<sub>x</sub> 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.)

Cílem této BP bylo provést analýzu vybraných telekomunikačních služeb jednoho z mobilních operátorů na českém trhu vzhledem ke konkurenci.

Studentka si vybrala 4 různé tržní segmenty a provedla podrobnou analýzu služeb (včetně cenové) jednotlivých operátorů, které pro ně nabízí. Přestože srovnatelnost je samozřejmě obtížná, uvedla vždy výhody a nevýhody produktů jednotlivých operátorů.

Dále zpracovala marketingový mix služeb společnosti Telefónica O<sub>2</sub>. Pozitivně se zde projevila jistě i skutečnost, že studentka firmu dobře zná, protože je v ní zaměstnaná na hlavní pracovní poměr. V závěru navrhla doporučení, která mohou být pro firmu přínosem.

Práce je pečlivě zpracovaná, má logickou strukturu, jen obsahuje zbytečně mnoho překlepů. Např. motto: „Šampióni se nestávají žampiony...“

Připomínka:

Informace o konkurentech mohly být pro přehlednost seřazeny do tabulky (počet zaměstnanců, počet zákazníků, roční obrat).

Otázky:

- 1) Jaké jsou podíly na trhu jednotlivých mobilních operátorů ve Zlínském kraji?
- 2) Je hodně častým jevem, že zákazníci mění mobilního operátora?
- 3) Na str. 46 doporučujete mj. pro získání zákazníků v segmentu studentů nabízet poukázky do solária. Nedávno bylo ale vědecky prokázáno, že navštěvování solárií v mladém věku vysoce zvyšuje pravděpodobnost onemocnění rakovinou kůže. Navrhněte raději poukázky na využití produktů a služeb podporujících zdraví mladých lidí.

**Návrh na výslednou známku BP: A - výborně**

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně dne 2. 1. 2010



.....  
podpis hodnotícího