

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Magdalena Trávníčková

**Téma BP:** Analýza konkurenceschopnosti společnosti Hamé s. r. o. na rumunském trhu

**Akademický rok:** 2009/2010

**Vedoucí BP\*:**

**Oponent BP\*:** Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.

\* 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 <sub>x</sub> 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
<b>Součet</b>								<b>6,0</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 (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:**

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce se zabývá analýzou konkurenceschopnosti společnosti Hamé s. r. o. na rumunském trhu.

Celá práce je velmi přehledně a logicky uspořádaná. Teoretická část koresponduje s částí analytickou. Všechny náležitosti bakalářské práce jsou zde obsaženy.

Autorka velmi dobře pracuje s literárními, elektronickými a firemními zdroji informací.

V teoretické části objasňuje odborné pojmy jako mezinárodní marketing, konkurence, konkurenceschopnost a vysvětluje použité analýzy.

V analytické části nejprve popisuje společnost Hamé, informuje o Rumunsku a hlavně aplikuje odporné pojmy a metody do praxe. Vyhodnocuje provedený marketingový výzkum a na jeho základě srovnává odlišnosti s ČR. Provádí analýzy a popisuje největší konkurenty v Rumunsku, porovnává náklady na marketingovou komunikaci, tržní podíly a objemy prodeje, poměry cen i kvality.

Hlavním přínosem této práce je poslední kapitola, ve které jsou sepsány návrhy a všechna doporučení pro společnost Hamé s.r.o., která mají vést k posílení postavení v Rumunsku, získání většího tržního podílu a zároveň eliminovat případné ohrožení.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

1. Který veletrh nebo výstavu lze firmě doporučit ke sjednání nových obchodních kontaktů v Rumunsku?
2. Dal by se v Rumunsku využít některý z TV spotů natočených v ČR?
3. Která společnost by podle Vás připadala v úvahu k jejímu odkoupení a tím zvýšení konkurenceschopnosti firmy?

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

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 28. prosince 2009



.....  
podpis hodnotícího