

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Daniel Vyoral

Téma BP: Reklamní kampaň na jednorázovou akci „Večer bojových umění“

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	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						1,5
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP	X							1,0
Analytická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP	X							1,0
Součet								8,0

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 (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.)

Tématem bakalářské práce bylo sestavení reklamní kampaně na Večer bojových umění ve Zlíně.

Teoretická část je v souladu s analytickou částí. Student velmi dobře pracuje s odbornou literaturou a internetovými zdroji. Nosnými tématy v teoretické části jsou komunikační proces, reklama, stanovení reklamního rozpočtu a příprava reklamní strategie.

V analytické části je nejprve popsáno občanské sdružení TAEKWON-DO I.T.F. Dále je zde popsán marketingový výzkum, který by spíše vzhledem k počtu respondentů měl být nazýván sondou. Menší nedostatky se projevují ve stylizaci otázek dotazníku.

V další kapitole je provedena analýza konkurence, která je velmi zdařilá a skutečně vystihuje situaci na trhu. Komunikační rozpočet, reklamní rozpočet a výběr médií vyúsťuje v předběžnou kalkulaci a celkový rozpočet.

V práci jsou menší stylistické nedostatky, ale po formální stránce je na výborné úrovni.

Otázky:

- 1) Kdo je největším konkurentem občanského sdružení TAEKWON-DO I.T.F.?
- 2) Jak je možné, že z 36 odeslaných dotazníků se Vám vrátilo 47? s.37
- 3) Kostka Zimní stadion představuje nejvyšší náklady na outdoorovou reklamu. Jste přesvědčen, že splní svůj účel?

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře
(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 10. května 2010

Mikolana Kubíčková

.....
podpis hodnotícího