

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Michaela Kučerová

Téma BP: Analýza marketingové komunikace
firmy Českomoravská stavební spořitelna, a.s.

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*: Ing. Václav Urban

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						1,5
Splnění cílů BP	X							1
Teoretická část BP	X							1
Praktická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1
Formální úroveň BP	X							1
Součet								1,17

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.)

Bakalářskou práci hodnotím stupněm A – výborně.

Jednoznačně byl stanoven cíl práce a k němu také celá práce logicky a systematicky směřuje.

Teoretická část obsahuje podstatná témata pro další zpracování v analytické části, která na ní systematicky navazuje. Vychází z velkého množství odborných zdrojů.

V analytické části je proveden podrobný rozbor současného stavu marketingové komunikace ČMSS, a.s.

V závěru je navrženo několik řešení ke zlepšení marketingové komunikace firmy.

Celkově práce působí velmi komplexně a odborně, autorka se drží zvoleného tématu. Po gramatické stránce je vše v pořádku.

Celá práce splňuje veškeré požadavky, které jsou na ni kladeny podle příslušné směrnice.

Otázky k obhajobě:

1. V doporučení je navrženo kromě výběru správného komunikačního média oslovit také správný segment klientů.
 - a. jaké segmenty by autorka doporučila oslovit a s jakou nabídkou ?
2. Dále autorka doporučuje orientovat se v podpoře prodeje také na stávající klienty.
 - a. jakou konkrétní podporu a v jakém rozsahu by doporučila ?
3. Jak by měla vypadat síť doporučovaných „kamenných obchodů“, jakou roli by v tomto měla hrát Českomoravská stavební spořitelna, a.s. a jakou její poradci ?

Návrh na výslednou známku BP:

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

A - výborně

Ve Studenci dne 12.5.2011

Ing. Václav Urban
Českomoravská stavební spořitelna
obchodní zástupce
regionální ředitel
Geologa Pošepného 485, 514 01 Jilemnice
Tel.: 602 680 383
E-mail: vaclav.urban@cmss-oz.cz



.....
podpis hodnotícího