

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Ilona Otáhalová

Téma BP: Návrh optimální e-marketingové komunikace obchodní divize Micos spol. s r. o.

Akademický rok: 2011

Vedoucí BP*: Ing. Jan Malec

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					2
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP	X							1
Praktická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1
Formální úroveň BP		X						1,5
Součet								8,5

8,5 : 6 = 1,42

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočítáte 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.)

Při zpracování práce její autorka postupovala samostatně a srozumitelně, práce má rovnoměrně rozloženou teoretickou i praktickou část, kdy praktická část včetně návrhu na zlepšení plynule navazuje na poznatky z odborné literatury. V práci byla provedena analýza dosavadní marketingové komunikace obchodní divize společnosti a zpracován a vyhodnocen dotazník zasláný stávajícím zákazníkům. Otázky v dotazníku částečně posloužily autorce k potvrzení jí navrhovaných zlepšení a doporučení. Pro objektivnost výsledků by bylo zajímavé také oslovit náhodné návštěvníky webu, nikoliv pouze stávající zákazníky. Oceňuji řadu konkrétních návrhů a zlepšení autorky. Některé z nich jako je zapracování množstevních slev, cross-sale či up-sale produkty jsou během na delší trať a pro jejich realizaci je nutná úprava stávajícího software. Na řadě z nich ale můžeme pracovat prakticky hned. Jako podnětné mimo úprav struktury webových stránek vidím zejména založení dalšího prodejního kanálu na Aukro.cz či vyzkoušení služby emailing.cz.

Otázky:

1. Myslíte si, že má pro obchod s kancelářskými potřebami význam využívat slevových portálů typu Slevomat.cz?


Návrh na výslednou známku BP:

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

B – velmi dobře

V Prostějově

dne 12.5.2011


.....
podpis hodnotícího