



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

**Kristýna Křížanová**

Oponent BP:

**Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.**

Ak. rok:

**2013/2014**

Téma BP:

### Marketingový plán firmy Autocentrum Slušovice

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	6
2	Splnění cílů práce	4
3	Teoretická část práce	5
4	Praktická část práce (analytická část)	4
5	Praktická část práce (řešící část)	4
6	Formální úroveň práce	4
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>27</b>

### Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	<b>nesplněno</b> (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
1 – 2 body	<b>splněno pouze na úrovni základních požadavků</b> (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	<b>splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky</b> (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	<b>splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky</b> (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	<b>splněno zcela bez výhrad</b> (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	<b>splněno nadstandardně</b> (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

### **Připomínky k práci:**

Bakalářská práce se zabývá vypracováním marketingového plánu pro společnost Autocentrum Slušovice.

Praktická část je v souladu s teoretickou a vychází z dostatečného počtu literárních zdrojů, které jsou správně citovány.

V úvodu praktické části je charakterizována společnost z hlediska historie a náplně činnosti. Dále je popsán současný marketingový mix služeb.

Ve 4. kapitole je provedena analýza makro a mikroprostředí a analýza PESTE, která působí velmi nepřehledně a na slabé stylistické úrovni. Nepřehledně působí i analýza SWOT, kdy by bylo vhodné ji pro lepší přehlednost shrnout do tabulky.

Stěžejní částí práce je marketingový plán. Stanovené marketingové cíle jsou nekonkrétní (rozšíření okruhu zákazníků – o kolik?).

V rámci komunikačních aktivit působí autorkou zřejmě navržená hesla neprofesionálně.

Časový plán je vypracován zbytečně na 3 roky.

Po stránce formální působí bakalářská práce na mnoha stranách značně nepřehledně, vzhledem k tomu, že autorka nevyužívá odrážky v místech, kde by byly vhodné, například s. 45 – 49.

V práci se vyskytují stylistické (příliš dlouhá souvětí, opakování slov, nevhodné formulace pro odbornou práci, např. „zůstane pořád zakřiknutý v minulosti“, slogan je určen pro celoroční využití, dokud firmu neomrzí“) a gramatické chyby.

Doporučuji práci k obhajobě.

### **Otázky k obhajobě:**


- 1) Navrhnete způsob odlišení servisu od konkurence.
- 2) Vysvětlíte způsob kontroly Vámi navržených marketingových aktivit (plakáty, vizitky, cedule...)
- 3) Vysvětlíte využití plakátů.
- 4) Jakým způsobem se bude realizovat mobilní marketing?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).

Ve Zlíně dne: 6. května 2014

  
-----  
podpis hodnotitele