

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Jakub Mikš

Téma BP: Návrhy zlepšení marketingového mixu služeb společnosti Tax & Accounting Experts s. r. o.

Akademický rok: 2009/2010

Vedoucí BP*: Ing. Hana Brišová

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
Teoretická část BP	X							1
Analytická část BP	X							1
Stylistická a gramatická úroveň BP			X					2
Formální úroveň BP				X				2,5
Součet								9

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:

Předložená BP se zabývá analýzou marketingového mixu služeb společnosti Tax & Accounting Experts s. r. o.

V teoretické části student uvedl základní pojmy související s tématem práce.

V praktické části se soustředil na analýzu jednotlivých složek marketingového mixu služeb společnosti. Následně pomocí dotazníkového šetření provedl průzkum spokojenosti zákazníků se službami.

Výsledky těchto analýz a jejich hodnocení jsou přeneseny do SWOT analýzy.

V závěru práce student navrhl řadu doporučení vedoucí ke zdokonalení marketingového mixu služeb a posílení slabých stránek společnosti.

Za nedostatek považuji nízkou úroveň formální stránky BP, která snižuje celkovou úroveň práce.

Otázky:

1. Na straně 40 kapitola 4 má název „Marketingový průzkum“, avšak následně popisujete cíl výzkumu.

Objasněte rozdíl mezi marketingovým průzkumem a marketingovým výzkumem.

Specifikujte o jakou techniku se jedná ve Vaší práci.

Návrh na výslednou známku BP: B/velmi dobře

Ve Zlíně

dne 4.1.2010



.....
podpis hodnotícího