

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Iveta Horáková
Téma BP: Marketingový plán firmy Canada Pub, s.r.o.
Akademický rok: 2009/2010
Vedoucí BP*:
Oponent BP*: Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.

* 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							1,0
Splnění cílů BP		x						1,5
Teoretická část BP	x							1,0
Analytická část BP		x						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP			x					2,0
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 (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.)

Tématem bakalářské práce je marketingový plán firmy Canada Pub, s.r.o.

Po formální stránce bakalářská práce splňuje požadavky na ni kladené, má 65 stran textu, včetně seznamu použité literatury a internetových zdrojů a resumé v němčině, její součástí je také zadání bakalářské práce a čestné prohlášení.

Hodnotu práce snižují četné gramatické a stylistické chyby např. s .31, 33, 34, 35, 36, 37, 38, atd.

Samotná struktura bakalářské práce je vhodně zvolena s ohledem na zadání práce. Teoretická část je v souladu s analytickou částí. První část se zabývá pojmy, které se vztahují k zadané problematice, jako je marketing, marketingový mix, marketingová komunikace, marketingový plán a výzkum.

Analytická část na začátku popisuje společnost a současný stav marketingových činností, zpracovává situační analýzu a SWOT analýzu. Významnou součástí práce je řada doporučení ke zlepšení marketingových činností a autorka v práci také předkládá finanční rozpočet, který však dle mého názoru má nedostatek ve vyjádření nákladů na grafické návrhy plakátu a samotný tisk.

Vytčený cíl bakalářské práce byl splněn.

- 1) Z jakých informačních zdrojů jste vycházela při stanovení profilu zákazníka?
(s. 41)
- 2) Jaký je Váš názor na inzerát na s. 45?
- 3) Myslíte si, že částka Kč 6 660 pokryje úhradu nákladů grafických návrhů plakátů a tisk velkoplošných plakátů, kuponů atd.?
- 4) Z jakého důvodu je součástí práce příloha č. II?

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře

(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 28. prosince 2009

Kubířková

.....
podpis hodnotícího