

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: **Martina LACIGOVÁ**

Téma BP: **Komunikační plán K2 Sport Centra**

Akademický rok: **2009/2010**

Oponent BP: **ing. Růžena Vorlová**

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						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP	X							1
Součet								6,5

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:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Z práce je patrné zaujetí problematikou i o obor. Informace jsou příjemně stručné a věcné.

Teoretická část je dobrým základem pro část analytickou a plně s ní koresponduje. Citace jsou vhodně použity i v části analytické. Co do obsahu – pouze kapitola 4 (hodnocení účinnosti) není pak v práci nikterak využita.

Použité literární zdroje jsou jen základní, ale dostačující – studentka nevyužívá např. internetové zdroje ani odborné časopisy.

Analytická část:

Oceňuji podrobný rozbor SWOT analýzy, stejně tak cílových skupin. Samotný komunikační plán je plný kreativních nápadů, které firmu odlišují od konkurence. Komunikační nástroje jsou skutečně zaměřené na cílovou skupinu, propagace jednotlivých kampaní navíc skutečně využívá zásad integrované marketingové komunikace.

Co do připomínek:

- cíle by měly být stanoveny konkrétněji
- studentka zmiňuje, že chce využít nedostatky současné komunikace např. v oblasti přímého marketingu, v části návrhů ale tuto oblast nijak nerozpracovává – uvítala bych zde více nápadů a podrobnější rozbor
- závěrečné kapitoly působí oproti předchozímu textu dojmem neúplného dopracování

I přes uvedené připomínky práci hodnotím jako zdařilou.

Pro případnou realizaci bych doporučila dopracovat zmiňovanou oblast přímého marketingu, případně další oblasti komunikace, jako např. krizový plán.

Otázky:

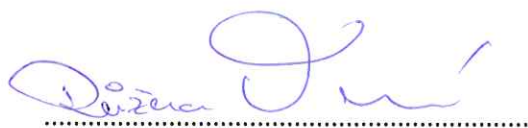
Plánujete skupinu na Facebooku. Co bude její náplní? – tzn. čím se bude informačně odlišovat např. od webových stránek?

Návrh na výslednou známku BP:

A - výborně

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně dne 14.5.2010



.....
podpis hodnotícího