

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta: Tereza ŘIHÁČKOVÁ**

**Téma BP: Marketingový plán firmy XYZ**

**Akademický rok: 2009/2010**

**Oponent BP: ing. Šárka Vránová**

**Tabulka A**

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	F <sub>x</sub> 4	F 5	
Náročnost tématu BP			x					2,0
Splnění cílů BP		x						1,5
Teoretická část BP		x						1,5
Analytická část BP			x					2,0
Stylistická a gramatická úroveň BP		x						1,5
Formální úroveň BP		x						1,5
<b>Součet</b>								<b>10 / 6 = 1,67</b>

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<sub>x</sub> 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.)

Cílem této BP bylo vytvořit marketingový plán pro menší firmu na rok 2010. Práce je zpracována poměrně pečlivě, stylistická a gramatická úroveň je celkem dobrá. Po formální stránce bych vytkla, že grafy nebyly zpracovány barevně a u některých z nich (str. 31, 38, 40) to dosti snížilo jejich vypovídací schopnost. Některé statistiky a grafy podle mého názoru ani nebylo nutné uvádět (např. vývoj vzdělání obyvatel v ČR).

Naopak mi práci některé informace chyběly. Přestože jde o anonymní firmu, pro posouzení BP by bylo vhodné je vědět. Např. roční obrat, hospodářský výsledek a náklady na komunikaci, včetně jejich struktury, v posledních 3 letech. Roční nebo průměrný měsíční počet zákazníků, frekvence využití brigádníka, zda je spolupráce s ním pro firmu výhodná. Provozní doba firmy. U vybraných konkurentů porovnání cen např. výfuku včetně montáže.

Místo spolupráce s konkurenčními firmami bych spíše doporučila spolupráci s firmami v podobném oboru, které ale firmě přímo nekonkurují (např. firmy specializované na pneu, výměnu skel nebo karosářské služby). Také bych doporučila napřed osobní projednání a teprve následný kontakt e-mailem.

Do databáze klientů (v příloze) bych doplnila stáří auta a využitou službu zákazníkem včetně ceny (popř. výhody, které mu byly poskytnuty). Tyto informace by se v budoucnu firmě mohly hodit.

V práci studentka provedla řadu analýz, které byly předpokladem pro následné sestavení plánu. Pozitivně hodnotím také její návrhy na poměrně radikální změny oproti současnému stavu a finanční rozpočet.

#### **Otázky:**

1. Jaké jsou Vaše názory na uplatnění systémového poskytování slev jako např.:
  - pro udržení zákazníků - slevy při opakovaném využití služeb,
  - pro získání většího obratu - slevy při výměně více dílů,
  - pro získání nových zákazníků - slevy např. na kupónech v tiskové reklamě?
2. Jaký je Váš názor na reklamu firmy ve Zlatých stránkách? Na možnost reklamního potisku automobilu majitele firmy?
3. Zmiňujete dárky od dodavatelů za určité odebrané množství (str. 48). O jaké dárky se jedná? Jsou použitelné pro klienty firmy? Jaký je Váš názor na dárky pro zákazníky ve formě reklamních předmětů této firmy. Jaké byste případně navrhovala?
4. Navrhujete změnu v zasílání zboží. Místo dosavadní České pošty navrhujete PPL. Z jakých důvodů?

**Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře**

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně dne 20. 12. 2009



.....  
podpis hodnotícího