

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: MICHAELA DVORŽÁKOVÁ
Téma BP: MĚŘENÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ PRO FIRMY LEON HOOES
Akademický rok: 2009 / 2010
Vedoucí BP*: ING. MILAN GÜRTLER

Oponent BP*:

* 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							VÝBORNE 1
Splnění cílů BP	X							VÝBORNE 1
Teoretická část BP	X							VÝBORNE 1
Analytická část BP	X							VÝBORNE 1
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							VÝBORNE 1
Formální úroveň BP	X							VÝBORNE 1
Součet								6

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	F _X	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

V TEORETICKÉ ČÁSTI BP AUTORKA SROZUMITELNĚ VYMĚJILA KLÍČOVÉ POJMY, METODY A TECHNIKY VÝZKUMY. VĚNOVALA SE ROZBORU CHOVÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ NA TRHU SPOTŘEBNÍHO ZBOŽÍ, POPISALA I ROZHODOVACÍ PROCES ZÁKAZNÍKŮ PŘI KOUPI SPOTŘEBNÍHO ZBOŽÍ. V TRAKTICKÉ ČÁSTI AUTORKA ODPOVÍDAJÍCÍM A VÝSTIŽNÍM ZPŮSOBEM PŘEDSTAVILA FIRMU, PRO KTEROU SUDY PRÁCI A VÝZKUM PROVAĎĚLA. VYHODNOTILA SPRÁVNĚ I NEJVĚTŠÍ KONKURENČNÍ FIRMY. FORMOU DOTAZNÍKŮ SE SNAŽILA ZMAPOVAT SPOKOJENOST A POŽADAVKY ZÁKAZNÍKŮ V RÁMCI CELE ČR. TENTO ZÁJEM SE BOHUŽEL NEPODARIL. NEZDARU BYL ZPŮSOBEN MALOU DEKOTOU OSLOVENÝCH RESPONDENTŮ A TENTO FAKT AUTORKA NEBYLA SCHOPNA OVLIVNIT. NA ZÁKLADE TĚCHTO VÝLEDKŮ BYLA MŮŽENA ŽÍT VÝZKUM NA ZLÍNSKÝ REGION, KTERÝ JE VZHLÉDEM K SÍDLU FIRMY A POVĚDOMOSTI O NÍ A JEJICH VÝROBCÍCH LOAJÁLNĚ JŠ. RADA ČESKÝCH ZÁKAZNÍKŮ JE VÍCE KRITICKĚJŠÍ A RAZANTNĚJI POŽADUJÍ ČÁSTEČNŮ OBMĚN KOLEKCE O NOVÉ MODELY. NA DRUHOU STRANU JŠOU SCHOPNI AKCEPTOVAT VYŠŠÍ CENY POKUD JE ADEKVÁTNÍ DESIGNU A KVALITĚ VÝROBKU. VÝLEDKY VÝZKUMY JŠOU ODPOVÍDAJÍCÍ A SPRÁVNĚ INTERPRETOVÁMY ROVNĚŽ SE ZÁVĚRY A DOPORUČENÍMI JE MŮŽO SOUHLASIT, AUTORKA SPRÁVNĚ ODHALILA MEZERY, KTERÉ FIRMA MUŠÍ ZAPLNIT ABY SE ZLEPŠILA JEJÍ KOMUNIKACE SE ZÁKAZNÍKY A ZAHYALA ZÁKAZNÍKY NOVĚ.

OTÁZKA: JAKÝ TYP PROPAGAČNÍCH MATERIÁLŮ Z HLEDISKA EFEKTIVNOSTI NÁKLADŮ A ZAHJETI POZORNOSTI ZÁKAZNÍKŮ, AUTORKA DOPORUČUJE FIRMĚ UDĚLAT ?
A, V BORNĚ

Návrh na výslednou známku BP:

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve FRYŠTÁKU dne 1.12. 2009

ing. Milan Štábl

podpis hodnotícího