

Univerzita T. Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
BAKALÁŘSKÉ STUDIJNÍ PROGRAMY
na Vyšší odborné škole ekonomické Zlín

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Aneta Ireinová
Téma BP: Marketingový plán firmy RIM-CZ spol. s r.o.
Akademický rok: 2010/2011

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						1,5
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP	X							1,0
Praktická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP		X						1,5
Součet								8,5

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 (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.)

Bakalářská práce se zabývá marketingovým plánem firmy RIM- CZ spol. s r.o. pro rok 2011 – 2012.

Teoretická část je v souladu s praktickou částí. Je zde velmi dobře pracováno s literárními i internetovými zdroji.

Hodnotu práce snižují některé gramatické chyby (32, 33, 48, 49, 52 atd.) a stylistické chyby (48, 49, 54).

V první části práce se popisuje marketing, analýza makroprostředí i mikroprostředí, marketingové cíle a strategie, akční plány, rozpočet a kontrola.

V další části je charakterizována společnost z hlediska profilu a historie. Hlavní část práce je věnována konkrétnímu marketingovému plánu firmy, ve kterém jsou podrobně rozpracovány všechny části marketingového mixu, nedílnou součástí práce jsou i zpracované akční plány pro firmu, jednotlivé rozpočty, adresná kontrola a práce vyúsťuje v doporučení pro společnost.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

Otázky:

- 1) Co si myslíte, že je konkurenční výhodou firmy?
- 2) Podle jakých ukazatelů usuzujete na nízkou produktivitu práce (s.45)?
- 3) s. 53 – Zamýšlela jste se nad novými dodavateli, které byste firmě doporučila?
- 4) Vysvětlete fungování RIM Pointu.
- 5) Navrhujete 4 billboardy. V kterých lokalitách je chcete umístit konkrétně?
- 6) Vysvětlete pojem „voucher pro veletrh“.

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře
(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně dne 6. května 2011

Kubíčková

.....
podpis hodnotícího