

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Petra Pulkrábková

Téma BP: Vliv osobního prodeje na nákupní chování seniorů

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*: Ing. Hana Brišová

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
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1
Formální úroveň BP	X							1
								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:

Tato BP se zaměřuje na vliv osobního prodeje na nákupní chování seniorů. Cílem BP bylo zjistit, jak ovlivňuje nákupní chování seniorů osobní prodej, zejména předváděcí akce. BP předkládá návrhy a doporučení pro organizátory promo akcí.

V teoretické části práce se autorka zaměřuje na seniory jako cílovou skupinu, dále popisuje komunikační mix, jeho jednotlivé nástroje a marketingový výzkum.

V praktické části nejprve charakterizuje výzkum, jeho cíle, metody a postupy. Dále pak pomocí kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření analyzuje vliv osobního prodeje, především předváděcích akcí na nákupní chování seniorů. V kapitole č.6 jsou shrnuty výsledky dotazníkového šetření s ohledem na vliv komunikačního nástroje na jednotlivé věkové kategorie a odlišnosti mezi nimi. Práci hodnotím velmi kladně. Jasně jsou formulovány postupy a chování, kterými by se měli organizátoři promo akcí řídit ve vztahu k této cílové skupině zákazníků.

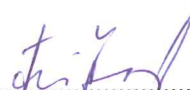
Otázka:

1. Jak budou výsledky vašeho výzkumu využity? Máte v úmyslu je někde prezentovat?

Návrh na výslednou známku BP: A/výborně
(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně

dne 10.5.2011



.....
podpis hodnotícího