



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí BP:

Ak. rok:

Michaela Pravcová

Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.

2013/2014

Téma BP:

Marketingový plán firmy Metal Servis Czech, s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	6
2	Splnění cílů práce	6
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	7
5	Praktická část práce (řešící část)	5
6	Formální úroveň práce	7
	CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)	39

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Bakalářská práce se zabývá marketingovým plánem firmy Metal Servis Czech, s.r.o.

Teoretická část vychází z dostatečného počtu literárních zdrojů, které jsou správně citovány, a teoretická část je v souladu s částí praktickou.

Praktická část se zabývá charakteristikou společností a popisuje výchozí podmínky pro marketing a současnou finanční situaci firmy.

Velmi významnou součástí práce jsou jednotlivé analýzy, které na sebe logicky navazují. Jedná se o analýzu mezo a makroprostředí a analýzu vnitřního prostředí firmy. Tyto analýzy vyúsťují ve SWOT analýzu, která výstižně hodnotí silné a slabé stránky firmy a uvádí možné příležitosti i hrozby pro firmu v budoucnosti.

V práci nechybí marketingové cíle, které se jeví jako reálné a změřitelné.

V následující kapitole následuje popis konkrétních kroků, které by měly být realizovány, aby došlo k naplnění marketingových cílů, včetně rozpočtu marketingových aktivit společnosti.

V práci se vyskytují menší stylistické a gramatické chyby.

Práce splnila s drobnými výhradami svůj cíl a doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- 1) Kdo je největším konkurentem firmy v jejím okolí?
- 2) Co považuje firma za svoji konkurenční výhodu?
- 3) Jak finančně náročné by bylo pro firmu vlastní šrotiště a jaké předpisy by musela respektovat?
- 4) Která z částí marketingového mixu je největší slabinou firmy?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

X

Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).

Ve Zlíně dne: 27. srpna 2014

Miloslava Kubíčková

podpis hodnotitele BP