

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Martina Horáková

Téma BP: Marketingový plán salonu krásy XYZ

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*: Ing. Jana Děckuláčková

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

$$8 : 6 = 1,333$$

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.)

Téma bakalářské práce "Marketingový plán salonu krásy XYZ" patří do oboru Marketing a považuji ho za středně náročné z hlediska zpracování. Cíl uvedený v zadání považuji za splněný.

V teoretické části práce je popsána struktura marketingového plánu (marketingový mix, segmentace trhu, situační analýza apod.) a náležitosti a podmínky založení živnosti. Je pracováno s dostatečným množstvím literárních a internetových pramenů s odpovídajícím citováním. Text je přehledně členěn do kapitol. Teoretické poznatky jsou dále využity v praktické části.

V analytické části je popsán současný stav firmy. V poslední části je navržen nový marketingový plán, který souvisí s přemístěním salonu do centra města.

V navrženém marketingovém plánu je částečně obměněn sortiment nabízených služeb a počítá se s využitím nových komunikačních prostředků určených pro reklamu. Jsou popsány formální náležitosti přemístění salonu, vybavení provozovny, segmentace trhu. Dále je vymezena konkurence a její silné a slabé stránky a provedena PEST a SWOT analýza. V marketingovém mixu jsou uvedeny poskytované služby, ceníky a prostředky propagace. Tato část je popisována ve stejné struktuře jako teoretická část. Navíc je doplněna o rozpočet nákladů souvisejících s reklamou a způsob měření efektivity po roce provozu salonu. Shrnutí bylo provedeno v závěru. V příloze jsou uvedeny konkurenční salony, ceníky inzerce a rádia a návrh dárkového poukazu.

Otázky:

1. Jak přijal salon vaše návrhy na změnu sortimentu nabízených služeb a změny v reklamě?
2. Kdo bude hradit náklady na reklamu?
3. Jaký typ reklamy, podle vašeho názoru, osloví nejvíce zákazníků?

Návrh na výslednou známku BP: B - velmi dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Ratiboři

dne 13.5.2011

Pěchuláčková

.....
podpis hodnotícího