

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** TRCHALÍKOVÁ Zdenka

**Téma BP:** Marketingový plán firmy Kafé Maté

**Akademický rok:** 2010/2011

**Vedoucí BP:** ing. Růžena Vorlová

**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
Splnění cílů BP	x							1
Teoretická část BP				x				2,5
Analytická část BP		x						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP			x					2
Formální úroveň BP			x					2
<b>Součet</b>								<b>10</b>

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:**

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Práce byla zpracována očividně s důrazem na uplatnění v praxi. Obsahově je srozumitelná, dle mého názoru vhodná k realizaci, a to zejména ve vztahu k jednoduchosti změn, nákladům na propagaci, které jsou přiměřené současné finanční situaci firmy. Přínos tedy vidím v jednoduchosti aplikace do praxe – studentka tak dle mého splnila hlavní účel zpracování bakalářské práce, tedy aplikaci teoretických poznatků na konkrétní situaci.

Co do připomínek:

Teoretická část:

- Chybí teoretický základ pro samotný marketingový plán,
- Nepokrývá plně část praktickou
- Zdroje jsou pouze základní – využívá pouze literárních zdrojů
- Neodpovídá metodice, kdy zdroje mají být uvedeny v pořadí dle zařazení v textu

Analytická část:

- Ačkoli je v práci zmíněn rozvoz do domu (vhodný zejména pro nový produkt „balíčků“), není nijak zahrnut v distribuci ani v propagaci – tzn. nedostatečné propojení nástrojů komunikačního mixu
- Kapitola 4.5.4.3. (Osobní prodej) je velmi rozsáhlá, ale obsahově jen v rámci obecných doporučení bez konkrétní aplikace ve firmě

- Práce obsahuje chyby – především překlepy (např. str. 27, 57, 58)
- Stylistické chyby (např. str. 28 „můžou“ X „mohou“)
- Spíše civilnější jazyk

Otázky:

1. Jak plánujete propagovat a distribuovat navrhované tematické „balíčky“?
2. Které z návrhů firma skutečně realizuje a které ne? Proč?

Návrh na výslednou známku BP: **B – velmi dobře**

Ve Zlíně dne 9.5.2011



.....  
podpis hodnotícího