

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Hana Chmelová

**Téma BP:** Marketingplan für die Agentur Czech Tourism – Tschechische Zentrale für Tourismus in Wien

**Akademický rok:** 2010/2011

**Vedoucí BP\*:**

**Oponent BP\*:** Ing. Miloslava Kubíčková, 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 <sub>x</sub> 4	F 5	
Náročnost tématu BP					X			3,0
Splnění cílů BP					X			3,0
Teoretická část BP					X			3,0
Praktická část BP					X			3,0
Stylistická a gramatická úroveň BP						X		4,0
Formální úroveň BP				X				2,5
<b>Součet</b>								<b>18,5</b>

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.

Součet hodnocení kritérií vypočítejte vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (F<sub>x</sub> 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 <sub>X</sub>	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

**Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:**

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce na téma Marketingový plán pro Agenturu CzechTourism – Českou centrálu pro turismus ve Vídni je psána v jazyce německém.

Je to práce velmi problematická. Po stránce obsahové velmi slabá a po stránce jazykové a stylistické nevyhovující. První chyby se objevuje již v nadpisu práce a dále v textu již není strana bez chyb. Studentka má velké problémy s gramatikou. České názvy měst a oblastí by se neměly překládat.

Práce s literárními zdroji je na nízké úrovni.

Teoretická část má 14 stran, praktická část 21 stran. Práce je velmi popisného charakteru a studentka do práce nevložíla příliš mnoho svých poznatků.

Některé pasáže v praktické části nemají s marketingovým plánem nic společného.

Některé odstavce a pasáže jsou v práci obsaženy vícekrát, např. s.39 a následující tabulka na s.43.

SWOT analýza je v některých případech pojata příliš subjektivně.

Některé části marketingového plánu chybí, např. rozpočet.

Bude vhodné vše vysvětlit při obhajobě. Navrhuji práci dopracovat a odstranit všechny gramatické chyby.

**Otázky?**

- 1) Jakým způsobem se Agentura orientuje na děti a mládež?
- 2) Z jakého důvodu jsou největším konkurentem pro ČR země jako Slovenská republika, Maďarsko a Polsko?
- 3) Mezi cíli pro rok 2011 se objevuje zvýšení návštěvníků ČR z Rakouska. Jak toho chcete docílit a o kolik?
- 4) Uveďte hlavní marketingové strategie Agentury.

**Návrh na výslednou známku BP: FX - nedostatečně**

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně dne 30. srpna 2011

*Miloslava Kubickova*

.....  
podpis hodnotícího