

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Hana Brunclíková

Téma BP: Analýza marketingové akce na podporu prodeje firmy HP TRONIC Zlín, spol. s r.o.

Akademický rok: 2009/2010

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 | Fx 4 | F 5 | |
| Náročnost tématu BP | | | X | | | | | 2,0 |
| Splnění cílů BP | | | X | | | | | 2,0 |
| Teoretická část BP | X | | | | | | | 1,0 |
| Analytická část BP | | | X | | | | | 2,0 |
| Stylistická a gramatická úroveň BP | X | | | | | | | 1,0 |
| Formální úroveň BP | X | | | | | | | 1,0 |
| Součet | | | | | | | | 9,0 |

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.)

Bakalářská práce se zabývá analýzou marketingové akce na podporu prodeje firmy HP TRONIC Zlín, spol. s r.o.

Autorka předložila práci, která po formální stránce splňuje požadavky na bakalářské práce kladené. Práce obsahuje čestné prohlášení, abstrakt, obsah, seznam použité literatury, poznámkový aparát a resumé v německém jazyce.

V teoretické části se zabývá v 1. kapitole popisem rozdílů mezi průmyslovým a spotřebitelským trhem, v dalších kapitolách marketingovou komunikací a komunikačním mixem.

Analytická část charakterizuje organizaci, popisuje veletrhy, které HP TRONIC Zlín pořádá pro své obchodní partnery. V 6. kapitole autorka analyzuje veletrhy v období 2004 – 2008 z hlediska počtu vystavovatelů, návštěvníků, ale i výše tržeb.

V 7. kapitole popisuje zajištění „Domácího veletrhu 2009“.

Samostatná práce autorky je obsažena v 9. kapitole, kde vyhodnocuje výsledky anketního šetření. Hodnotu šetření snižuje malá návratnost ankety vzhledem k počtu nahlášených firem. Otázka č. 4 by měla být zpracována přehledněji (jiný typ grafu).

U otázky č. 7 se zjišťují dvě věci současně (množství a chuť).

Veškerá doporučení autorky pro další ročník veletrhu jsou shrnuta v 10. kapitole.

U některých návrhů by bylo dobré doplnit i finanční náklady.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

- 1) Jaký je hlavní důvod pořádání „Domácího veletrhu“?
- 2) Vede si firma databázi účastníků „Domácího veletrhu“?
- 3) Jakým způsobem jste zabránila duplicitě vyplnění dotazníku stejnou firmou?
- 4) V rámci doprovodného programu u cílové skupiny – ženy uvádíte, že ženy jsou většinou na veletrhu jako doprovod. Máte přehled o počtu žen z celkového počtu účastníků (505 osob), které tvořily doprovod? Jakým způsobem navrhuje provést prezentaci hotelů?
- 5) Zjišťovala jste pro své návrhy a doporučení výši nákladů?
Např. malíři z časopisu Trnky Brnky (s. 68),
moderátoři,
atrakce pro děti.

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 28. prosince 2009

Kubíčková!

.....
podpis hodnotícího