

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: **Monika MARKOVÁ**

Téma BP: **Analýza mar. mixu nového výrobku firmy Main Invest a.s.
se zaměřením na propagaci**

Akademický rok: 2009/2010

Oponent 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						1,5
Splnění cílů BP				x				2,5
Teoretická část BP				x				2,5
Analytická část BP					x			3
Stylistická a gramatická úroveň BP				x				2,5
Formální úroveň BP		x						1,5
Součet								13,5

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.)

Teoretická část je svým rozsahem obsáhlejší než část analytická (20:17). Teoretické podklady v ní obsažené bohužel nejsou z velké části v projektu samotném použity (např. kap. 1, 2.1, 3).

Stěžejní částí projektu je pak dle mého názoru nikoli analýza, ale pouze výčet stávajícího marketingového mixu, i když správně dle zadání a akcentem na propagaci. Stejně výčtový (bez analýzy) je i seznam konkurence.

Zcela postrádám stanovení cílů (marketingových, komunikačních) a cílových skupin!!!

Samotné návrhy a doporučení na propagaci jsou pouze v obecné rovině, bez konkrétní specifikace a uvedení alespoň hrubých nákladů na případnou realizaci. Obsahově jsou pouze základní bez prvků kreativity. Proto velmi pochybuji o přínosu práce pro praxi či teorii.

Práce také obsahuje hrubky (např. str. 36 – „výrobky se budou prodávat samy“) a velké množství překlepů.

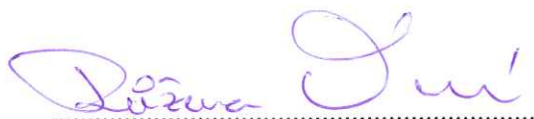
Otázky:

1. Kdo jsou cílové skupiny pro prodej tohoto nového výrobku?
2. Na základě čeho soudíte, že Vámi navrhované prostředky propagace budou efektivní a jak navrhujete jejich efektivitu měřit?

Návrh na výslednou známku BP:
(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

D - uspokojivě

Ve Zlíně dne 30.12.2009



.....
podpis hodnotícího