

Univerzita T. Bati ve Zlíně
 Fakulta managementu a ekonomiky
 BAKALÁŘSKÉ STUDIJNÍ PROGRAMY
 na Vyšší odborné škole ekonomické Zlín

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Markéta Šeflová

Téma BP: Analýza marketingové komunikace firmy Ocarto, 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	F _x 4	F 5	
Náročnost tématu BP			X					2,0
Splnění cílů BP					X			3,0
Teoretická část BP				X				2,5
Analytická část BP					X			3,0
Stylistická a gramatická úroveň BP					X			3,0
Formální úroveň BP						X		4,0
Součet								17,5

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 (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	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Tématem bakalářské práce je analýza marketingové komunikace firmy.

Jedním ze závažných nedostatků bakalářské práce je značný počet gramatických a stylistických chyb (např. s. 19, 23, 44, 48, 52, 55, 56, 66, 71, 74, 75...).

Mezi formální nedostatky patří chybně napsané ceny číslicemi v tabulkách s. 45 a 51, neuvedení zdrojů u tabulek. Velmi vážným prohřeškem v této práci je opsání některých částí z internetu (www.ocarto.cz) bez uvedení zdroje v seznamu:

- Kapitola 6.1 – s. 34 – 35 Filosofie firmy
- Kapitola 7 – Nabízený sortiment Ocarta – s. 36 – 40

Teoretická část není v souladu s analytickou. Objevují se tam zcela zbytečně odstavce (viz kap. 5.3.1 – pozorování, experiment). V analytické části je uvedena SWOT analýza, ale v teoretické části o ní informace chybí.

V analytické části v 10. kapitole by bylo vhodnější uvést způsob kalkulace ceny zboží, protože současný slovní popis je nepřehledný a zmatený.

V kapitole 14 autorka srovnává ceny internetového obchodu Ocarto s cenami v supermarketu Interspar. Dle mého názoru použitá skladba zboží je nevyhovující a srovnání by mohlo být i s ostatními typy obchodů.

V 15. kapitole by měla být sledovanost webových stránek doplněna o četnost uskutečněných prodejů v jednotlivých měsících.

Kapitola 16 obsahuje zpracování a vyhodnocení dotazníkového šetření. Zde se autorka dopustila chyb při volbě typu grafů (obr. 14, 21) a také při interpretacích výsledků.

Jedním z nich je např. komentář k 9. a 10. otázce. V příloze chybí vzor dotazníku.

Poznámka

Kdo to je recipient? s.62

Otázky:

- 1) Kolik zaměstnanců má firma Ocarto s.r.o.?
- 2) Proč jste si vybrala ke srovnání cen firmy Ocarto supermarket Interspar?
- 3) Z jakého důvodu jste ke srovnání vybrala výrobky (viz tab. 3 na s. 51)?
Myslíte si, že to jsou typické výrobky pro spotřebu v běžné domácnosti?
- 4) Sledovanost na webu je zajímavá informace, ale určitě pro existenci firmy je důležitější počet uskutečněných objednávek. Ten se vyvíjel a vyvíjí jakým způsobem?
- 5) Své dotazníkové šetření jste označila za předvýzkum. Bude následovat nějaký výzkum?
- 6) Kdo je potenciálně největším konkurentem firmy Ocarto?

Návrh na výslednou známku BP: E - dostatečně

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 28. prosince 2009



.....
podpis hodnotícího