

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Iveta Voborníková

**Téma BP:** Marketingová komunikace se zaměřením na podporu prodeje firmy Family DAVO, s.r.o

**Akademický rok:** 2009/2010

**Oponent BP\*:** doc. Ing. Jaroslav Světlík, 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								1,5
Splnění cílů BP								1,5
Teoretická část BP								2
Analytická část BP								1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP								2
Formální úroveň BP								1,5
<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:**


Cílem práce je analyzovat aktivity podpory prodeje firmy. V úvodu práce chybí jasné definování cílů práce a metod řešení. V teoretické práci je menší pochybení v odkazu na literaturu, v seznamu má autorka práce pod číslem dvě dva různé tituly, první zdroj není v seznamu uveden. I když studentka uvádí citace v textu (v uvozovkách kurzívou), obávám se, že tomu tak není ve všech případech. Jinak teoretická část práce tvoří vhodný základ a východisko pro zpracování analytické části. V té studentka zpracovává v souladu se zadáním problematiku podpory prodeje pro konkrétní firmu zabývající se výrobou a prodejem müsli a citrusových koncentrátů. Na str. 32 studentka definuje cílovou skupinu jako ženy 18-40. v dalším textu (str. 36) správně poukazuje na rozdíly ve stravovacích návycích mezi městem a venkovem, přičemž s touto skutečností při definování cílové skupiny vůbec neuvažuje. Rovněž úzké vymezení na ženy do 40 let věku nemusí být zcela objektivní. Rovněž z tvrzení (s. 32), že „výrobky jsou nejčastěji umístovány v úrovni očí zákazníků“ nevyplývá, zdali se jedná o soukromý názor studentky nebo o objektivně podložené tvrzení. Na str. 39 uvádí studentka příklad marketingové komunikace firmy, kdy firma DAVO využila výhodné nabídky TV Prima a odvysílala ve Středočeském kraji 30 sekundový spot. I když cena byla stanovena na třetinu původní ceny je otázkou pro studentku vyhodnocení efektivity této reklamní akce. Stejně tak tvrzení na stejné stránce, že „správnou cílovou skupinu“ (to je ženy 18-40 let) zasáhne účinně článek v časopise Moderní obchod považují poněkud přitažené za vlasy. Rovněž tak úvaha, že při 5% snížení ceny dají v případě sortimentu müsli zákazníci přednost před výrobkem kupujícím zběžně výrobku zlevněnému je možno považovat přinejmenším za neověřené. V návrzích studentky poněkud gramaticky bije do očí její „podání návrhu“ (str. 51), stejně jako úvaha, že výhra v podobě hrnku nebo misky na müsli bude dostatečným motivem zákazníků k zapojení do soutěže, ve které musí řešit určitý úkol. Z pohledu úpravy textu je v několika případech nepochopitelné vytváření odstavců v polovině věty.

#### Otázky k obhajobě:

1. V textu zmiňujete některé komunikační aktivity firmy DAVO. Byly tyto aktivity nějak vyhodnoceny z hlediska své efektivity. Pokud ne, jaký postup k vyhodnocení byste doporučovala?
2. V práci uvádíte i bohaté sponzorské aktivity firmy. Můžete je vyhodnotit (dle vlastního názoru) z pohledu četnosti, účelnosti a efektivity vynaložených prostředků?
3. Ve své práci tvrdíte, že při 5% snížení ceny myslí firmy DAVO dají zákazníci přednost tomuto produktu před jinými. Doložte své tvrzení argumenty (cena, elasticita poptávky popř. jiné).

**Návrh na výslednou známku BP:** B – velmi dobře  
(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně dne 30.12.2009

  
.....  
podpis hodnotícího