

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: Martina Šarmanová
Téma BP: Zefektivnění komunikační strategie společnosti ENAPO
Akademický rok: 2009/2010
Vedoucí BP*: MgA. Václav Skácel

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
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP		X						1,5
Analytická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP	X							1
Součet								1,33

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 BP:

Bakalářskou práci studentky Martiny Šarmanové hodnotím slovním vyjádřením „výborně“, ačkoliv průměr hodnocení jednotlivých kritérií dle stupnice ECTS je nepatrně vyšší.

Teoretická část je zpracována velmi dobře s ohledem na použité zdroje, byť poněkud stručně.

Vzhledem k tématu BP by bylo vhodné v této části, věnovat více prostoru INSTORE

marketingu, brandingů prodejních míst a public relations.

Společnost Enapo není na trhu žádným nováčkem a vzhledem k poctivému budování značky „odspodu“ má své investice pevně pod kontrolou. Proto považuji za velmi odvážný počín

autorky, přehodnotit efektivnost výdajů do jednotlivých marketingových aktivit. Studentka se podrobně seznámila se stávajícím marketingovým mixem společnosti včetně rozpočtů a

pokusila se doporučit zlepšení a zároveň navrhla nové konkrétní kroky do budoucna. Za

podceněný považuji rozpočet provozu webových stránek, ve kterém není zahrnuta inovace

grafického vzhledu, uživatelského rozhraní ani plnění obsahem. Za pozitivní považuji

doporučení na zatraktivnění vzhledu privátní značky AVE a také posílení segmentu biopotravin, který považuji za jeden z klíčových prvků komunikace směrem k mladší cílové skupině.

Hodnotím velmi kladně formální provedení celé bakalářské práce, typografickou úpravu a důslednou práci z rozmanitými zdroji. Doporučuji hodnotit stupněm A.

Otázky k obhajobě BP:

Myslíte si, že má síť prodejen ENAPO (a Minipo) další možnosti růstu?

V jakém duchu by podle vás měla být vedena komunikační strategie v dalších letech?

Návrh na výslednou známku BP:

ECTS: A

Slovní hodnocení: výborně

Ve Zlíně dne 30.12.2009



.....
podpis hodnotícího