

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Dominika Spáčilová

Téma BP: Komunikační plán firmy Diamant Unipool s.r.o. pro Valašsko v sortimentu bazénů

Akademický rok: 2009/2010

Oponent BP*: doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

* Nehodící se škrtněte.

OBCHODNÍ AKADEMIE T. BATI A VOŠE ZLÍN BAKALÁŘSKÉ STUDIUM	
Došlo:	Zpr.:
Počet listů:	Spis. zn.:
Počet listů (svazků) příloh:	Skart. zn. a lhůta:
Č.j.:	
Předch. č.:	Násl. č.:

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A	B	C	D	E	Fx	F	
	1	1,5	2	2,5	3	4	5	
Náročnost tématu BP	X							1
Splnění cílů BP	X							1
Teoretická část BP	X							1
Analytická část BP	X							1
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP	X							1
Součet								6,5

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:

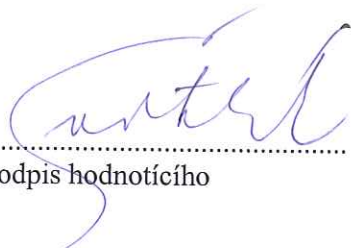
Studentka se ujala nelehkého úkolu naplánování komunikačního plánu pro konkrétní firmy. Ve stručnosti lze konstatovat, že se jedná o výbornou bakalářskou práci. V jejím úvodu studentka definuje cíl práce a v celé práci je tento cíl systematicky řešen. Teoretická část obsahuje zevrubný popis zadaného problému. Následná argumentace je podložena pochopením teorie marketingové komunikace. Jazyková a gramatická úroveň práce je velmi dobrá. Práce představuje hlubokou analýzu problematiky marketingové komunikace včetně konkrétního návrhu komunikačního plánu firmy. Navrhovaný plán má logickou strukturu a všechny náležitosti potřebné pro sestavení kvalitního komunikačního plánu. Závěry práce jsou logické a navazují na předcházející kvalitní text bakalářské práce. Ve SWOT analýze uvedené na str. 44 studentka správně uvádí v hrozbách nebezpečí dopadu ekonomické recese, na straně druhé v pododdíle 5.1.1 hovoří o dynamickém růstu výstavby bazénů. Dle mých informací je tomu spíše naopak. To však nesnižuje kvalitu samotné situační analýzy, která je systematicky správně zpracována. Téma práce považuji za aktuální, náročnost práce je vysoká. Formální náležitosti práce jsou dobré, studentka vycházela při zpracování práce z obsáhlého výčtu literárních zdrojů.

Otázky k obhajobě:

1. Má současná ekonomická krize dopad na stavbu nových bazénů. Pokud ano, tak jaký?
2. Na straně 51 hovoříte o cílové skupině a segmentaci. Přičemž hovoříte o důrazu na psychografickou segmentaci. Můžete specifikovat podrobněji z pohledu této segmentace cílovou skupinu?
3. Na straně 50 hovoříte o cílech marketingové komunikace firmy. Můžete tyto cíle konkretizovat (využijte některý z modelů, buď hierarchie účinků nebo DAGMAR) a doporučte i jednotlivé části komunikačního mixu, které by bylo z pohledu naplnění příslušných cílů vhodné využít.

Návrh na výslednou známku BP: A - výborně

Ve Zlíně dne 16. května 2010


.....
podpis hodnotícího