

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Červenková Lucie

**Téma BP:** Zdokonalení marketingového mixu služeb zákazníkům DSZO

**Akademický rok:** 2010/2011

**Vedoucí BP\*:** Ing. Taťána Charvátová

**Oponent BP\*:** Ing. Miloslava Kubíčková

\* 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			x					2
Splnění cílů BP		x						1,5
Teoretická část BP		x						1,5
Praktická část BP			x					2
Stylistická a gramatická úroveň BP			x					2
Formální úroveň BP	x							1
<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:**

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Tato práce na téma Zdokonalení marketingového mixu služeb zákazníkům Dopravního podniku Zlín - Otrokovice s.r.o. koresponduje se zadáním bakalářské práce.

V teoretické části studentka objasňuje a rozvíjí pojmy, které souvisejí s tématem marketingového mixu služeb zákazníkům. V praktické části se studentka zaměřuje na Dopravní společnost Zlín – Otrokovice, nejprve zmiňuje obecné informace o podniku, poté popisuje fungování jednotlivých částí marketingového mixu služeb v praxi. Studentka také neopomněla popsat další služby, jako je činnost reklamní agentury, opravy a renovace vozidel pro jiné subjekty a pronájem autobusů. Dále prostřednictvím dotazníků adresovaných obyvatelům dané aglomerace zjišťuje spokojenost zákazníků s danou službou, dává vlastní návrhy a řešení vedoucí ke zdokonalení marketingového mixu v praxi.

Pro DSZO je tato práce přínosná zejména v uvědomění si, že služba veřejnosti není jen samotná přeprava osob, ale je součástí celého procesu činností, které nelze bagatelizovat a na které často v rámci „profesní deformace“ zapomínáme. Doporučení, která studentka uvádí jsou velmi přesná a opodstatněná, ovšem jejich realizace není vždy možná z příčin a souvislostí, do kterých studentka nemohla při své praxi proniknout. Oslovení 100 respondentů nepovažují za dostatečný počet pro vypovídací hodnotu, nicméně společnost provádí i vlastní průzkumy, takže se závěry jejího průzkumu nijak neodlišují od již známých skutečností.

Otázky k obhajobě:

1) Zaměstnanci jsou důležitou součástí marketingového mixu služeb v DSZO. V práci zmiňujete motivaci řidičů MHD prostřednictvím odměn za jízdu bez nehod. Popište další formy motivace zaměstnanců v DSZO. Jsou podle Vás zaměstnanci DSZO dostatečně motivováni?

2) V praktické části zmiňujete výhody cestování MHD ve Zlíně, zejména placená parkoviště, málo parkovacích míst a příznivé ceny MHD. Čím si tedy vysvětlujete úbytek cestujících o 634 tisíc osob v roce 2010 oproti předchozímu roku?

3) Srovnávala jste při sběru informací ceny jízdného v jiných městech? Jestli ano, popište, jak si stojí doprava ve Zlíně v porovnání s jinými městy.

### **Návrh na výslednou známku BP:**

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

**B – velmi dobře**

Ve Zlíně, dne 24.5.2011

  
-0-  
DOPRAVNÍ SPOLEČNOST  
ZLÍN - OTROKOVICE, s.r.o.  
Podvoztá, VII/3833, 760 92 Zlín  
IČ: 60241121, DIČ: CZ60241153

.....  
podpis hodnotícího