

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Vladimíra Lutonská

Téma BP: Marketingový plán neziskové organizace „Rodinné centrum Kamarád-Nenuda“

Akademický rok: 2010/2011

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	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP	X							1,0
Splnění cílů BP	X							1,0
Teoretická část BP	X							1,0
Praktická část BP	X							1,0
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1,0
Formální úroveň BP	X							1,0
Součet								6,0

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.)

Bakalářská práce se zabývá sestavením marketingového plánu neziskové organizace „Rodinné centrum Kamarád-Nenuda“.

Celá práce je velmi přehledně a logicky zpracována. Teoretická část práce je v souladu s praktickou částí a literární rešerše je provedena velmi zodpovědně.

Nejprve se popisují neziskové organizace a navazuje kapitola, která řeší marketing neziskových organizací. Součástí je i popis SWOT analýzy, marketingového mixu a marketingového plánu.

Kladně hodnotím provedení praktické části, které dle mého názoru je na vynikající úrovni.

Na úvod je charakterizováno rodinné centrum s jeho vizí a posláním. Velice podrobně je provedena analýza vnitřního a vnějšího prostředí. SWOT analýza podrobně se popisují jednotlivé silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby.

Kvalitně je provedena i analýza marketingového mixu.

Stěžejní částí je návrh marketingového plánu, kde jsou stanoveny zodpovědně marketingové cíle. Následují akční plány s harmonogramy, s určenými odpovědnými osobami, náklady i způsobem kontroly.

Bakalářská práce splnila stanové cíle a doporučuji ji k obhajobě.

Otázky:

- 1) Co považujete za konkurenční výhodu RC Kamarád-Nenuda?
- 2) Zažádalo RC o nějaké dotace i pro rok 2011?
- 3) Uvědomujete si možnost zaměřit se i na seniory. O jakou formu trávení volného času by se jednalo?

Návrh na výslednou známku BP: A - výborně

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně 6. května 2011

Kubíčková

.....
podpis hodnotícího