

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Iveta Páleníková

Téma BP: Analýza pro zlepšení pozice na trhu firmy KASSEX, s.r.o.

Akademický rok: 2010/2011

Oponent BP*: Ing. Hana Brišová

*

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	F _x 4	F 5	
Náročnost tématu BP				X				2,5
Splnění cílů BP					X			3
Teoretická část BP				X				2,5
Analytická část BP					X			3
Stylistická a gramatická úroveň BP				X				2,5
Formální úroveň BP				X				2,5
								16

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 (F_x 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	F _X	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Cílem předložené bakalářské práce bylo vyhledat nové obchodní příležitosti pro firmu KASSEX,s.r.o. a pokusit se realizovat nové obchodní zakázky.

V teoretické části práce je pozornost věnována charakteristice pojmů souvisejících s tématem práce. Jde o pojmy jako je trh, marketingový výzkum, segmentace.

V analytické části autorka poskytuje základní informace o firmě a představuje její hlavní dodavatele. Autorky však nepopsala výchozí stav, neprovedla segmentaci, ale pouhý výčet firem zabývajících se průmyslovou automatizací ve Zlínském kraji. V kapitole 8 charakterizuje Průmyslovou zónu Holešov jako zdroj pro získání nových obchodních partnerů s možností zakázek. Tuto část práce považuji za poněkud povrchní, s ohledem na zaměření práce by bylo vhodnější se více zaměřit na analýzu trhu a jeho segmentaci. Marketingový výzkum, jak ho autorka nazývá, sestává z pouhých 3 otázek, které svým obsahem a metodikou neodpovídají zkoumané problematice. Navíc z práce není zřejmé, které firmy autorka ve svém tzv. výzkumu oslovovala. Získaný počet odpovědí není relevantní pro vyslovení závěrů a doporučení. Rovněž některé návrhy uvedené v návrhové části považuji za nereálné. Práce je povrchní a její výsledky s ohledem na počet navrácených dotazníků a počet otázek pozbývají vypovídací schopnost.

Otázky:

1. Proč se v teoretické části zabýváte metodami mezinárodního výzkumu, když v analytické části nebyl aplikován?
2. Jaké pokyny jste dodržovala při tvorbě dotazníku? Máte na mysli dotazník o 3 otázkách ? O jaký typ marketingového výzkumu se jedná?
3. Na které respondenty jste se v písemném dotazování zaměřila?

Návrh na výslednou známku BP: D/uspokojivě

Ve Zlíně

dne 23.5.2011



.....
podpis hodnotícího