

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Renata Vašíčková

Téma BP: Průzkum moldavského trhu pro firmu TRUMF International s r.o.

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*:

Oponent BP*: Ing. Miloslava Kubičková, 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	F _x 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						1,5
Formální úroveň BP	X							1,0
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 (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.)

Bakalářská práce se zabývá průzkumem moldavského trhu pro firmu TRUMF International s.r.o.

Teoretická část pojednává o mezinárodním marketingu z hlediska jeho podstaty, plánování, marketingového výzkumu, segmentace a forem vstupů na mezinárodní trhy.

Další část se popisuje mezinárodní marketingový mix, analýzy a rizika na mezinárodních trzích.

Praktická část charakterizuje podnik z hlediska historie a portfolia, zákaznického servisu a holdingu.

Stěžejní částí práce je charakteristika vybrané země a následně provedení marketingového průzkumu. V této kapitole se stanovují kritéria pro segmentaci, určují se segmentační strategie a forma vstupu na trh. Významná část se věnuje nástrojům mezinárodního marketingového mixu a hlavně se zde vytyčují rizika moldavského trhu.

Práce je velmi přehledná a logicky uspořádána. Teoretická práce je v souladu s praktickou. Cíl bakalářské práce byl splněn.

Otázky:

- 1) Jakou segmentační strategii doporučujete firmě? (s.18)
- 2) Který veletrh byste firmě doporučila k aktivní účasti v Moldavsku? Jaké finančně náročné by to bylo pro firmu?
- 3) Které riziko moldavského trhu je pro firmu dle Vašeho názoru nejzávažnější?

Návrh na výslednou známku BP: A - výborně

(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně dne 6. května 2011

Kubířková

.....
podpis hodnotícího