

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Jaroslav Hudček
Téma BP: Marketingový plán firmy ITARPLAST 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	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						1,5
Splnění cílů BP			X					2,0
Teoretická část BP		X						1,5
Praktická část BP			X					2,0
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP		X						1,5
Součet								10,0

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 plánem firmy ITARPLAST s.r.o.

Teoretická a praktická část je v souladu. Je velmi dobře pracováno s literárními a internetovými zdroji.

Drobná formální chyba je u tabulky č. 10, kdy je tabulka na dvou stranách a způsobuje to značnou nepřehlednost.

V teoretické části je popisován pojem marketing, marketingový výzkum, situační analýzy, SWOT analýza a BCG analýza. Následuje marketingová strategie, marketingový mix a komunikační strategie.

V další části se charakterizuje společnost z hlediska historie a profilu. Prakticky je provedena STEP analýza a Porterův 5 faktorový model. Součástí práce je i vyhodnocení dotazníkového šetření, SWOT analýza a BCG analýza. Práce vyúsťuje v marketingové cíle, marketingovou strategii a významnou součástí práce je podrobná analýza marketingového mixu. Nechybí rozpočet a jeho způsob kontroly. V závěru jsou shrnuta doporučení firmě.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

Otázky:

- 1) Jakým způsobem jste získal databázi respondentů?
- 2) Vzhledem k tomu, že jste dostal odpovědi ve věkové kategorii nejčastěji, tak to neznamená, že v této věkové kategorii se nachází právě Vaši zákazníci. Vysvětlete nám tabulku 6 včetně grafu 3.
- 3) s. 56 – vymezení cílových trhů by bylo lepší vázat na jiná kritéria než věk zákazníků
- 4) s. 68 – vysvětlete „soutěž o víkendový/týdenní pobyt u vody“.
- 5) s. 69 – sponzoring – Pořad „Modré z neba“. O jakou částku by se jednalo?

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně 6. května 2011

Kubišková

.....
podpis hodnotícího