



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:
Hana Šmehlíková

Oponent BP:
Ing. Petr Krenar

Ak. rok:
2011/2012

Téma BP:

Návrh na zdokonalení marketingového plánu se zaměřením na komunikaci

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	7
3	Teoretická část práce	5
4	Praktická část práce (analytická část)	7
5	Praktická část práce (řešící část)	7
6	Formální úroveň práce	7
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		41

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	Nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Cílem bakalářské práce je zpracování návrhu marketingového plánu se zaměřením na komunikaci pro Kosmetický salon Lenka za účelem jeho zdokonalení. Studentka si zvolila co do rozsahu velmi náročné téma. Návaznost jednotlivých kapitol až na drobné výjimky se jeví jako logická a čtenáři srozumitelná. Teoretická východiska ve vztahu k řešené problematice jsou zpracována velmi povrchně. Z hlediska nastínění metodologického postupu v kapitole 1.1 Situační analýza chybí uvedení vhodných primárních analytických metod, jak postupovat při hodnocení vnitřního a vnějšího prostředí, jež jsou základním předpokladem pro použití SWOT analýzy jakožto syntézy poznatků k formulování adekvátních závěrů (v přehledu použité literatury chybí jakýkoliv zdroj vztahující se k marketingovému výzkumu). Taktéž v kapitole 2 Marketingový mix služeb studentka opomněla k jednotlivým nástrojům zmínit kritéria včetně způsobů, jak měřit jejich efektivitu. Použitá literatura je citována. V praktické části, po představení podnikatelského subjektu je zařazena podkapitola 4.3 Marketingový mix služeb, která výstižně popisuje jednotlivá 7P, jež jsou využívána daným podnikatelským subjektem. Dále je zařazena sekundární SWOT analýza, která ovšem předchází dvěma primárními analýzám, což není v souladu se základním předpokladem pro její sestavení. Navzdory těmto nedostatkům pozitiva práce lze spatřovat v samotném návrhu plánu, který je rozčleněn do několika částí podle nástrojů marketingového mixu služeb, s důrazem na zvýšení a zlepšení účinku propagace. Formální úroveň práce a písemný projev autorky jsou na dobré úrovni.

Otázky k obhajobě:

1. Měla jste možnost svůj zlepšující návrh konzultovat s podnikatelským subjektem?
Jaké byly jeho reakce?

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 15. května 2012



podpis hodnotitele BP