

Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí/oponent BP:

Ak. rok:

Petra Čunková

doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

2011/2012

Téma BP:

Identifikace cílových skupin B2B zákazníků pro firmu FORM s.r.o

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	9
2	Splnění cílů práce	8
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	9
5	Praktická část práce (řešící část)	9
6	Formální úroveň práce	8
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		51

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
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:

Předložená bakalářská práce je zpracována odpovědně, studentka se však při jejím zpracování nevyvarovala některým povrchnostem. Téma zaměřené na problematiku B2B, které bylo v práci zpracováno, lze označit z pohledu studovaného studijního oboru za aktuální, náročnost tématu je mírně nadprůměrné. V úvodu práce je definován její cíl, ten byl v dalších částech této vysokoškolské kvalifikační práce víceméně naplněn. K vyšší kvalitě práce by prospělo podrobnější stanovení cílů a popsání použitých metod. Teoretická část práce odpovídá požadavkům, kladeným na tuto úroveň vysokoškolských kvalifikačních prací. Zpracování do větší hloubky by nesporně vytvořilo lepší teoretický základ pro praktickou část práce. Po formální stránce je práce v pořádku, určité nedostatky má ve své úpravě (různé řádkování s. 13,29; nadpis pod kapitoly na posledním řádku strany (s.22) aj. Rozsah zdrojů je rozsáhlý a odpovídá této úrovni kvalifikační práce. Zdroje jsou řádně citovány. Práce je vcelku přehledně zpracována, stylisticky není studentce příliš co vytknout.

Otázky k obhajobě:

1. Ve svém návrhu hovoříte o možnostech internetové reklamy, nevěnujete se ale detailně a významu webových stránek jako důležitého komunikačního prostředku firmy v B2B. Můžete vysvětlit jejich možný přínos v případě komunikace s cílovými trhy u firmy FORM s.r.o
2. V práci navrhuje určité formy komunikace. Uveďte další potenciální možnosti pro firmu FORM s.r.o
3. Jak hodnotíte možnosti komunikace prostřednictvím Adwords.cz nebo Adwords.sk


Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne: 1.5.2012



.....
podpis hodnotitele BP