



Jméno studenta:

Petra Pastorčáková

Vedoucí/oponent BP:

Ing. Petra Hanáková

Ak. rok:

2016/2017

Téma BP:

Rozšíření sales promotin značky ZetSet

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	10
3	Teoretická část práce	9
4	Praktická část práce (analytická část)	9
5	Praktická část práce (řešící část)	9
6	Formální úroveň práce	9
	CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)	54

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:

Autorka ve své bakalářské práci řeší problematiku podpory prodeje na příkladu konkrétní firmy. Cíle v oblasti návrhu rozšíření sales promotion, včetně časového plánu a finančního rozpočtu, byly splněny.

Autorka správně nastavila a zpracovala teoretická východiska práce. Popsala je odpovídajícím způsobem se zaměřením na příslušnou část komunikačního mixu. Počet literárních zdrojů k řešení je dostatečný, relevantní a správně citovaný.

V praktické části autorka představila firmu a produkt- mobilní aplikaci. Definovala aktuální způsoby propagace, cílové zákazníky, konkurenci a pomocí SWOT analýzy určila výchozí stav. Podrobně analyzovala aktuálně používané nástroje sales promotion zkoumané značky. Na základě zjištěných dat navrhla několik aktivit pro rozšíření sales promotion. Pro jednotlivé návrhy zpracovala časový harmonogram a rozpočet. Navržené nástroje jsou navržené realisticky a při implementaci do praxe, by měly být pro firmu přínosné.

Práce má dobrou stylistickou úroveň a po formální stránce je zpracována přehledně.

Otázky k obhajobě:

1/ Který z uvedených návrhů v oblasti sales promotion považuje autorka pro danou značku za nejúčinnější?

2/ Jaké další návrhy by autorka navrhla, pokud by nebyla limitována rozpočtem, tak jako v BP?

3/ Autorka navrhuje komunikaci pomocí veletrhů zaměřených na cestovní ruch. Jakou cílovou skupinu a proč chce tímto způsobem oslovit?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není/je plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne: 27.5.2016

.....
podpis hodnotitele BP