

Univerzita T. Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
BAKALÁŘSKÉ STUDIJNÍ PROGRAMY
na Vyšší odborné škole ekonomické Zlín

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Zuzana Molková

Téma BP: Návrh komunikačního plánu společnosti Skate World, s.r.o

Akademický rok: 2009/2010

Oponent BP*: doc. Ing. Jaroslav Světlík, 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								1
Splnění cílů BP								2
Teoretická část BP								1
Analytická část BP								1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP								1,5
Formální úroveň BP								1
Součet								8

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:

Studentka předložila k oponentuře velmi dobrou práci. V úvodu práce definuje cíl své práce jako „vytvoření návrhu na zlepšení komunikační strategie kamenné prodejny ...“, v dolní části stejné strany (s. 10) hovoří již o tom, že „cílem práce je navrhnout funkční komunikační plán na základě určitých analýz včetně realizace kampaně a samozřejmě pak jejího zhodnocení“. Ku prospěchu práce bylo ujasnění, který cíl je prioritní resp. platný. Jinak má práce logickou strukturu, podrobnou teoretickou část, v analytické části studentka vhodným způsobem aplikuje poznatky získané studiem a obsažené v teoretické části. Rozsah využití literatury je velký, studentka z ní prokazatelně čerpala zejména v první části své práce. Za pozitivum práce považují skutečnost, že se studentka v práci nevyhnula některým z pohledu studentů „méně atraktivním“ otázkám, jako je například měření efektivity marketingové komunikace apod. Vlastní, samostatně myšlení a zvládnutí dané problematiky prokazuje studentka v části osmé, která je představena vlastním návrhem komunikačního plánu. Návrh je doložen i rozpočtem a načasováním. Navrhuje hodnocení velmi dobře až výborně a to dle kvality obhajoby.

Otázky k obhajobě:

1. Ve své práci zmiňujete komunikační cíle, můžete uvést některé konkrétní případy komunikacích (reklamních) cílů? Znáte některé modely pracující s tímto cíl?
2. V práci hovoříte o efektivitě komunikačního působení. Které znáte ukazatele vyjadřující efektivitu reklamního působení v médiích?
3. Na straně 63 uvádíte rozpočet Vámi navrhované kampaně a to ve výši cca 150 tis. Jak jste ověřila příslušné částky, jsou reálné?

Návrh na výhlednou známku BP: velmi dobře

Ve Zlíně dne 16. května 2010

.....
podpis hodnotícího

