

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Dagmar Čapková

**Téma BP:** Analýza marketingové komunikace firmy Synot auto, a.s.

**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	F <sub>x</sub> 4	F 5	
Náročnost tématu BP								1,5
Splnění cílů BP								1,5
Teoretická část BP								1
Analytická část BP								1
Stylistická a gramatická úroveň BP								2
Formální úroveň BP								1
<b>Součet</b>								<b>8</b>

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 (F<sub>x</sub> 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	F <sub>X</sub>	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

**Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:**


Studentka předložila k obhajobě solidní práci. V jejím úvodu uvádí do problematiky, nastiňuje způsob řešení daného problému a definuje cíl práce. Osobně bych ocenil však jeho detailnější rozpracování. K teoretické části práce bych měl připomínku týkající se citace v textu. Je nutné jej uvádět v uvozovkách a je dobré text odlišit kurzivou (str.13). Rovněž některé zbytečné překlepy nepřidávají na dojmu z jinak kvalitní práce. Na straně 16 doporučuji používat původní anglické jméno Philip Kotler (ne Filip), v seznamu literatury Geuns a nikoliv Gewens, jedno a ne jendou (str. 45), Terezy Maxové a nikoliv Terezi (48) atd. Na str. 20 je uveden jako model stanovení komunikačních cílů AIDA. Vzhledem k tomu, že se jedná o model starší sta let bych doporučoval uvádět některé novější a sofistikovanější modely. V analytické části studentka popisuje firmu, kde práci psala. Těžiště práce je třeba vidět v další části textu, ve které se studentka podrobněji zabývá komunikací firmy Synot Auto, a. s., předkládá SWOT analýzu a vlastní doporučení na zefektivnění reklamy. Vzhledem k tomu, že se jedná o velmi dobrou práci s některými drobnými chybami hodnotím ji jako velmi dobrou.

**Otázky k obhajobě:**

1. Můžete uvést příklady komunikačních cílů a uveďte některé další modely jejich stanovení kromě již zmíněného modelu AIDA?
2. Ze kterých objektivních podkladů jste vycházela při své analýze SWOT?
3. Na str. 36 uvádíte, že většina součástek pro opravu vozů BMW je okamžitě ve skladě k dispozici. Myslíte, že firma má opravdu na skladě většinu součástek k okamžité opravě?

**Návrh na výslednou známku BP:** B – velmi dobře  
(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně dne 30.2.2009

  
.....  
podpis hodnotícího