

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Kristýna Mahdalová

Téma BP: Analýza spokojenosti zákazníků firmy DITIPO, a.s.

Akademický rok: 2010 /2011

Vedoucí BP*: Leona Novosadová, MBA

Oponent BP*:

* 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		X						1,5
Splnění cílů BP	X							1
Teoretická část BP		X						1,5
Analytická část BP	X							1
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1
Formální úroveň BP	X							1
Součet								7

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.

Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti. **1,17**

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:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Celkové hodnocení: výborně

Studentka plně splnila cíl BP – sbírala data, analyzovala spokojenost zákazníků fy Ditipo, a.s. a na tomto základě navrhla konkrétní doporučení ke zlepšení. Vhodnou formou propojila své profesní zkušenosti a informace (interní i získané průzkumem), které podpořila teoretickými znalostmi v první části BP. Tím prokázala porozumění danému tématu v celé šíři.

Návrh otázek:

1. Ve své BP uvádíte, že úroveň spokojenosti zákazníků se odvíjí od naplnění jejich potřeb. Jaké jsou (mohou být) rozdíly v potřebách zákazníků B2B a B2C ? Teoretické znalosti podpořte praktickými zkušenostmi.
2. Uveďte efektivní nástroje zjišťování potřeb zákazníků firmy Ditipo (tedy B2B)?
3. Jaké jsou možnosti podpory B2B zákazníka prostřednictvím komunikace s koncovým spotřebitelem?
4. V otázce č. 2 ve Vašem dotazníku zjišťujete: „Čím je náš sortiment a služby zajímavější oproti ostatním firmám?“ Jaké jsou jiné příležitosti (než sortiment a doplňkové služby) vyniknout nad konkurencí?


Návrh na výslednou známku BP:

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

A - výborně

V Uh. Brodě

dne 4.5.2011


.....
podpis hodnotícího