

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(dále jen BP)

Jméno studenta: Magda Musilová

Téma BP: Analýza marketingové komunikace společnosti Toyota Louwman

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*: doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

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	F _x 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.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (F_x 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 _x	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

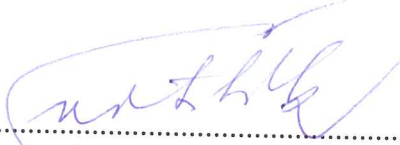
Studentka předložila tématem aktuální a z pohledu zpracování mírně nadprůměrně náročnou práci. Při jejím zpracování postupovala metodicky správně, obsahu lze stěží co vytknout. Teoretická část je zpracována velmi podrobně, je nutné však říci, že obsahu práce by prospěla v této části větší hloubka zpracování. Po formální stránce je práce v pořádku, je přehledná, doplněna řadou barevných příloh a obrázků. Studentka uvádí rozsáhlý seznam použitých zdrojů, které v práci také řádně cituje. V úvodu práce si jasně a explicitně stanovuje její cíle, naznačuje postup řešení práce. Studentka práci zpracovávala samostatně, s vedoucím práce ji však v podstatných věcech konzultovala.

Otázky k obhajobě:

1) Jakým způsobem a jakými ukazateli vyhodnocujeme reklamní efektivitu?

Návrh na výslednou známku BP: A - výborně

Ve Zlíně dne 8.5.2011


.....
podpis hodnotícího