



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:
Červenková Kateřina

Oponent BP:
Ing. Růžena Vorlová

Ak. rok:
2014/2015

Téma BP:

Marketingový mix služeb pro společnost IVF Czech Republic s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	4
3	Teoretická část práce	6
4	Praktická část práce (analytická část)	4
5	Praktická část práce (řešící část)	6
6	Formální úroveň práce	9
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		37

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:

Teoretická část:

Obsah teoretické části odpovídá části praktické, informace jsou logicky uspořádány a navazují na sebe. Bohužel zcela chybí jakýkoli základ pro marketingový výzkum (dotazníkové šetření), který je významnou součástí zpracování. Zdroje jsou aktuální v nadstandardním rozsahu, citační norma je respektována.

Praktická část:

Tato část bohužel neodpovídá zadání. Marketingový mix není analyzován, ale pouze popsán. Ve SWOT analýze jsou uvedeny mimo jiné i údaje, které nemají zázemí v předchozím textu (v oblasti konkurence). Bylo by tedy vhodné zařadit do zpracování analýzu konkurence, v souvislosti s dotazníkovým šetřením bych doporučila také bližší specifikaci cílových zákazníků (nejlépe v návaznosti na poskytované služby).

Významnou součástí praktické části je dotazníkové šetření (1/4 textu), které není součástí zadání ani teoretické části. Vyhodnocení průzkumu je provedeno pouhým výčtem a grafickým znázornění četnosti jednotlivých odpovědí.

Jazyk práce je kultivovaný a věcný jen s drobnými nedostatky a úklepy. Obsah celé práce je zbytečně podrobně členěn, takže některé podkapitoly jsou v rozsahu pouhého odstavce.

Práce i přes uvedené výhrady splňuje stanovené požadavky, a proto doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

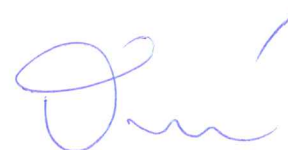
1. Reklama IVF odporuje etickým normám i zákonu o regulaci reklamy (§ 5c). Je to známo odpovědným zástupcům kliniky a jak se k tomu staví? Jak je to podle vás v souladu s předpokládanou etikou medicíny jako takové a zvláště tohoto oboru?
2. Odpovídá struktura respondentů vašeho dotazníkového šetření struktuře klientů kliniky?
3. Proč neuvádíte v marketingovém mixu „materiální prostředí“? Proč je interiér a exteriér zařazen v kapitole „lidé“?

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

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

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

Ve Zlíně dne: 10.5.2015



podpis hodnotitele BP