

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Martina Horáková
Téma BP: Marketingový plán salonu krásy XYZ
Akademický rok: 2010/2011
Vedoucí BP*:
Oponent BP*: Ing. Miloslava Kubíčková, 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 _x 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						1,5
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP		X						1,5
Praktická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP		X						1,5
Součet								9,0

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	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce se zabývá sestavením marketingového plánu pro salon krásy XYZ. Je zde velmi dobře pracováno s literárními a internetovými zdroji. V teoretické části je popisován marketingový mix, segmentace trhu, marketingové prostředí a situační analýza. Dále se zabývá práce jednotlivými typy živností a teoretickými podmínkami pro založení provozovny.

Vzhledem k tomu, že praktická část se zabývá konkurenčními salóny krásy, bylo by vhodné se o konkurenci zmínit i v úvodní části.

Po zhodnocení současného stavu následuje sestavený marketingový plán pro firmu, je provedena analýza konkurence, PEST analýza a SWOT analýza. Následuje podrobný popis jednotlivých částí marketingového mixu vyúsťuje v rozpočet, možnosti měření efektivity a v závěrečná doporučení pro firmu.

V práci jsou drobné formální a gramatické chyby.

Cíl bakalářské práce je splněn.

Otázky:

- 1) Jaký máte názor na využití venkovních velkoplošných obrazovek pro reklamu?
- 2) Jak jste to zjistila, že zákazníkům budou nabízeny produkty nových značek, které v okolí žádný jiný salon nepoužívá? (s.38)
- 3) Myslíte si, že žena nad 45 let již není vhodnou cílovou skupinou? (s.39)
- 4) Silné a slabé stránky u konkurenčních salonů jste čerpala z jakých zdrojů?

Návrh na výslednou známku BP: B velmi dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně 6. května 2011

Kubíčková

.....
podpis hodnotícího