

Univerzita T. Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
BAKALÁŘSKÉ STUDIJNÍ PROGRAMY  
na Vyšší odborné škole ekonomické Zlín

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Ingrid FILSÁKOVÁ

**Téma BP:** Podpora prodeje Filmového klubu seniorů

**Akademický rok:** 2009/2010

**Oponent BP\*:** Ing. Růžena Vorlová

**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				2,5
Splnění cílů BP				x				2,5
Teoretická část BP		x						1,5
Analytická část BP					x			3
Stylistická a gramatická úroveň BP	x							1
Formální úroveň BP	x							1
<b>Součet</b>								<b>11,5</b>

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.  
Součet hodnocení kritérií vypočítáte vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

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.)

Teoretická část je důstojným a vhodným podkladem a východiskem pro dané téma. Některým tématům je ale věnována zbytečně velká pozornost – např. str. 20-23 - metody výzkumu, které v práci dále použity nejsou (např. pozorování, experiment, rozhovor, ...)

Analytická část je postavena bohužel pouze na analýze stávajících aktivit klubu bez vlastních tvůrčích nápadů. Vlastní zpracování vhodné reklamní kampaně pro cílovou skupinu (bod 4 zásad pro vypracování) dle mého názoru zcela chybí! Za nešťastnou považuji i volbu názvu práce – nejedná se pouze o podporu prodeje, nýbrž dle zásad spíše o marketingový výzkum + návrh reklamní kampaně.

Dotazník je zpracován standardně a správně, vyhodnocení je jasné a srozumitelné. Oceňuji rozbor souhrnných výsledků. Samotné šetření v rozsahu 120 respondentů ale dle mého názoru jako stěžejní téma bakalářské práce nestačí.

#### **Otázky:**

**Co do návrhu reklamní kampaně - pouze na str. 42 tvrdíte, že „výsledky potvrzují efektivnost současného komunikačního mixu“. Neřešíte ale vůbec efektivnost JEDNOTLIVÝCH komunikačních prostředků. Jak byste navrhla tato jednotlivá měření? Tzn. co z daných komunikačních nástrojů je pro danou cílovou skupinu nejefektivnější a proč?**

**Osobně bych rozhodně polemizovala se zařazením reklamy na rádiu Kiss Publikum či velký přínos Mezinárodního festivalu dětí a mládeže.**

Výslednou známku navrhuji vzhledem k minimu vlastní invence a přínosu v práci:

**Návrh na výslednou známku BP:**

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

**D - uspokojivě**

Ve Zlíně dne 30.12.2009



.....  
podpis hodnotícího