

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:** Pavel Pilař

**Téma BP:** Komunikační plán firmy PP Autocentrum

**Akademický rok:** 2009/2010

**Oponent BP\*:** doc. Ing. Jaroslav Světlík, 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 <sub>x</sub> 4	F 5	
Náročnost tématu BP								1
Splnění cílů BP								2,5
Teoretická část BP								2,5
Analytická část BP								1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP								1,5
Formální úroveň BP								2
<b>Součet</b>								<b>11</b>

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<sub>x</sub> 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:

Student zpracoval dobrou práci ve které se však nevyhnul některým pochybení. V jejím úvodu jsem marně hledal cíle práce (což samozřejmě čini vyhodnocení naplnění cílů práce obtížným), přílišná podrobná strukturalizace textu, například kap. 1 je v rozsahu pouhé jedné strany, kap. 2 v rozsahu dvou stran, kap. 3 v rozsahu tři stran, kap. 4 opět v rozsahu pouhé jedné strany. Zpracování dosavadního řešení dané problematiky v teoretické části považuji rovněž za poněkud vágní a obecné. Větší koncentrace pouze na relevantní oblasti marketingové komunikace a jejich zpracování do větší hloubky by kvalitě práce jednoznačně prospělo. Podobně kap. 5 Tvorba komunikačního mixu, značně zestručněn, obecné. Rovněž některé názvy kapitol (např. Oblasti zájmu komunikace) by si zasloužily přetvořování. V daleko lepší kvalitě je zpracován Návrh komunikace, který student zpracoval v závěru své práce a kde mohli prokázat zvládnutí teoretických východisek a jejich promítnutí do praktické aplikace využití komunikačního mixu. Práci hodnotím dobře, v případě úspěšné a přesvědčivé obhajoby velmi dobře.

Otázky k obhajobě:

1. Na straně 22 hovoříte o reklamních médiích. Znáte některé ukazatele efektivity využití těchto médií, které se využívají v praxi?
2. V textu analyzujete konkurenci firmy. Můžete tuto analýzu prohloubit a rozšířit z pohledu Porterova modelu analýzy konkurence?
3. Vámi navrhovaný rozpočet na komunikaci firmy představuje 300 tis. Kč. Bude tato výše rozpočtu akceptovatelná (vzhledem k dosavadním komunikačním aktivitám firmy) pro vedení?

Návrh na výslednou známku BP: C - dobře

Ve Zlíně dne 16. května 2010

podpis hodnotícího

