

<b>VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ</b>	
FAKULTA INFORMATIKY A STATISTIKY	VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA INFORMAČNÍCH

## HODNOCENÍ VEDOUČÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

VEDOUČÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	Ing.Zdeňka Šušáková	BAKALÁŘ	Markéta Fedorová
--------------------------	---------------------	---------	------------------

NÁZEV PRÁCE **Krizový plán reklamy a podpory prodeje firmy po neplánované změně obchodní značky ve firmě MARKIS**

V následujících tabulkách označte křížkem své hodnocení:

(Pozn.: Hodnotit náročnost tématu jako nevyhovující by znamenalo zpochybnit zadání!)

Náročnost tématu	1	2	3	4
na teoretické znalosti		X		
na praktické zkušenosti	X			
na rozsah a úroveň podkladových materiálů	X			

Obsah bakalářské práce	1	2	3	4
stupeň splnění cíle	X			
logická stavba práce	X			
hloubka provedené analýzy	X			
vhodnost použitých metod	X			
závěry práce (adekvátní, jasné)		X		
vlastní přínos studenta k tématu	X			
význam pro teorii / praxi		X		

1 - nadprůměr  
2 - průměr  
3 - podprůměr  
4 - nedostatečné

Provedení bakalářské práce	1	2	3	4
práce s literaturou, citace	X			
úprava práce – text, grafy, tabulky, ...	X			
styl, jasnost formulací	X			
samostatnost a aktivita studenta při zpracování	X			
stanovení a plnění harmonogramu tvorby práce	X			
spolupráce s vedoucím diplomové práce	X			

Uvedené hodnocení je pouze **vodítkem** pro stanovení známky, která je výsledkem celkové úvahy vedoucího práce a **není** žádnou formou průměru z jednotlivých dílčích bodových hodnot.

**Připomínky a otázky, vyžadující doplnění** (viz. druhá stránka tohoto hodnocení):

NAVRŽENÁ ZNÁMKA	VÝBORNĚ
-----------------	---------

**Vedoucí bakalářské práce:**

V Praze dne ...15.1.2008.....

Šušáková Zdeňka.....

**Připomínky a otázky, vyžadující doplnění:**

Práce na výborné úrovni, pečlivě zpracovaná, do hloubky prováděné analýzy, obsažný komentář k nim. Autorka přináší řadu vlastních postřehů, zajímavých nápadů pro řešení daného problému.

Jedinou připomínku mám k závěru, který by měl být obsáhlejší, konkrétnější, např. v širším formulování opatření pro posílení konkurenceschopnosti, opatření v personální oblasti atd. Tyto závěry lze sice nalézt v jednotlivých kapitolách práce, neznamena, že chybí, pouze dle mého názoru by bylo vhodné uvést v závěru přehled zásadních poznatků z analýz.

Doplňující otázky k obhajobě:

- 1. Jaké způsoby reklamy a nástroje na podporu prodeje dle vašeho názoru působí nejúčinněji a přivedou zákazníka k nákupu ve sledované prodejně?**
- 2. Co dle vašeho názoru a zkušeností dlouhodobě výrazně ovlivní pozitivní image firmy?**