

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ	
FAKULTA INFORMATIKY A STATISTIKY	VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA INFORMAČNÍCH

HODNOCENÍ RECENZENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

RECENZENT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	Ing.Šušáková Zdeňka	BAKALÁŘ	Petr Kuhn
----------------------------	---------------------	---------	-----------

NÁZEV PRÁCE **Analýza a návrh změn marketingové komunikace společnosti EKO-KOM směrem k občanům**

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				
stanovení a plnění harmonogramu tvorby práce				
spolupráce s vedoucím diplomové práce				

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

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

NAVRŽENÁ ZNÁMKA

DOBŘE

Recenzent bakalářské práce:

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

Šušáková Zdeňka.....

Připomínky a otázky, vyžadující doplnění:

Práce průměrné úrovně, většinou popisného charakteru, vyvolává dojem nepřehlednosti a roztržitosti.

Za přínos je možno považovat návrh strategie, která je založena především na snížení nákladů určitými organizačními změnami, vzniklé úspory pak využít na propagaci zmíněných akcí.

Tato myšlenka je doplněna tabulkou s finančním hodnocením. Tabulky jsou ovšem slabou stránkou této práce.

Finanční zdroje jsou určitě palčivým problémem v této oblasti činnosti, ale v této práci bych očekávala kreativnější návrhy pro změnu marketingové komunikace.

Str.19 – postrádám informace o tom, jak se došlo k uváděným nákladům, student zmiňuje tabulku, ale nedodal ji.

Dalším přínosem je dotazníkový průzkum, který vzhledem malému počtu respondentů nemá velkou vypovídací schopnost, ale ukazuje cestu ke zjišťování informací .

Str.39 – chybí seznam

Samotný závěr práce by dle mého názoru měl být obsažnější, shrnovat všechna podstatná zjištění, která student průběžně uvádí.

Doplňující otázky:

1. Existuje účinná kontrola objemů produkce obalového odpadu a z toho plynoucí kontrola částek, které odvádějí firmy do systému Eko-kom pro podporu zmiňovaných aktivit?
2. Máte informace o způsobech a účinnosti marketingové komunikace v zemích, kde je již enviromentální problematika více zakořeněna?