



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014//2015

Jméno studenta: Martin Šrámek
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management
Téma BP/DP: Životní cyklus výrobku a jeho vliv na cenovou strategii podniku

Hodnotitel – oponent: Ing. Eva Jelínková
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat BP/DP klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cílem práce je popsat a zhodnotit životní cyklus výrobku (automobilu Peugeot 207) a navrhnout opatření, která by vedla ke zvýšení počtu prodaných automobilů u prodejce IC WEST Plzeň, s.r.o. První částí práce je část teoretická, ve které je vymezen životní cyklus výrobku a marketing. Následně je představena značka Peugeot, vybraná společnost IC WEST a model Peugeot 207. Životní cyklus vozu je popsán velmi detailně, včetně všech marketingových akcí, v charakteristice životního cyklu je návaznost na teorii marketingových strategií. Následně je zpracovaný marketingový mix produktu, u kterého bych dle zásad vypracování práce předpokládala, že bude zpracován pro každou fázi životního cyklu výrobku zvlášť.

Celkově by bylo vhodné práci doplnit ekonomickými daty, především objemem tržeb a nákladů, obchodní marží, příp. analýzou, která by určila následné strategie produktu či jeho nástupce. Podstatné by také byly informace o konkurenci, příp. substitučních výrobcích jiných značek automobilů. Navrhovaná opatření jsou cílená spíše na propagaci prodejce více než samotného automobilu. Práci navrhuji klasifikovat jako velmi dobrou.

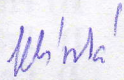


Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Bylo by možné získat někde informace o celkovém objemu prodeje vybraného vozu v ČR nebo např. v EU? Jaký je (byl) hlavní konkurent tohoto vozu a jaké byly jeho prodeje?

Jakou část prodeje v ČR zajišťuje Peugeotu vybraný prodejce IC WEST?

V Plzni, dne 22.5.2015


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹)Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

²) Stručně zdůvodněte navrhaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³)Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek na **DP/ BP** odevzdejte ve dvou originálních vyhotoveních (oboustranný tisk) **nejpozději do 22. 5. 2015** spolu s prací na sekretariát KPM.

Posudek musí být opatřen **vlastnoručním podpisem modře** (pro rozeznání originálu).