

## **Hodnocení projektů studentů Masarykovy univerzity Brno**

### **A) Cílová skupina neziskové organizace**

1. místo – Yvonne Mahdalová, Eva Nohejlová, Vendula Novotná,
2. místo – Josef Riesner, Lukáš Macko, Kryštof Kocian, Daniel Dobřanský
3. místo – Kateřina Zajanová, Miriam Soldánová, Michaela Nečková,
4. místo - Martina Sikorová, Aneta Jakubíková, Veronika Štouračová, Tereza Dvořáková

### **B) Cílová skupina korporace**

1. místo – Balejíčková Silvia, Duhonský Jakub, Komárková Daniela, Vašek Martin,
2. místo – Lenka Dobrovolná, Petra Gajdíkova, Jakub Liška, Dita Stehlíková, Adam Znamenáček
3. místo – Martin Kaláček, Henrich Kelenyei, Michal Filičko, Milan Verešpej, Martin Kubek
4. místo – Mária Kováčová, Matěj Bartík, Juraj Jurga, Filip Žilka

---

### **Hodnocení pro týmy B)**

#### **1. místo**

Zadavatel předně pozitivně hodnotí šíři zjištěných „ negativních „ východisek pro zpracování argumentace WT strategie na základě čehož zpracovatel „ střízlivě „ stanoví a obhajuje Smart cíle. Co rozhodlo o prvenství mezi velmi vyrovnaně zpracovanými projekty v cílové skupině neziskové organizace, byl návrh inovačního prvku – akčního opatření – ke zviditelnění a propagaci Charity fair v oblasti produktu a to Trustmark zodpovědné firmy. Rovněž kladně zadavatel hodnotí navržení akčního (doprovodného) opatření v oblasti produktu - videa o CSR a Charity fair.

## **2. místo**

U tohoto týmu zadavatel kladně hodnotí navržení cen balíčků a jejich specifikaci včetně ceny mimo balíčky. To ostatní týmy nenavrhly. Současně kladně zadavatel hodnotí návrh aplikovat charity fair v platformě 3DXplorer se zapojením prvků gamifikace. Tím se opět odlišuje od ostatních týmů.

## **3. místo**

U tohoto projektu zadavatele zaujal „inovační“ návrh využitelného virtuálního fondu s možností podpory určité oblasti. Zpracovatelé se svědomitě vypořádali s výzkumem prostředí a zjistili zahraničního konkurenta v Kanadě ( [canadahelps.org](http://canadahelps.org) ).

## **Hodnocení pro týmy A)**

### **1. místo**

Vítězný tým si získal prvenství přesvědčivostí a podaným projevem při prezentaci výsledků projektu. Všechny zpracovávané oblasti byly precizně vybilancované. Všechny stanovené části projektu byly vypovídající k zadanému tématu. I když téma neziskových organizací není možná (dle zadavatele) natolik zajímavé jaké téma korporací všechny projekty vykazaly vysokou kvalitu zpracování.

### **2. místo**

U tohoto týmu musíme vyzdvihnout nejlépe zpracovanou dotazníkovou kampaň k respondentům. Rovněž kladně hodnotíme podání výsledků dotazníkového šetření zadavatelům včetně grafického zachycení a prezentace výsledků dotazníkového šetření.

### **3. místo**

Tento projekt rovněž považujeme za velmi zdařile zpracovaný. Zejména kladně hodnotíme grafické podání jednotlivých částí marketingového plánu, provedený sekundární výzkum, SWOT matici a předpokladů úspěšnosti projektu (user friendly space). Méně nás již přesvědčila východiska pro stanovení cíle (SMART).

## **Ceny:**

\* zadavatel se rozhodl odměnit každý vítězný tým částkou 1.000,- Kč

zpracoval: Ing. Aleš Baran  
27.5.2014