

## Posudek oponenta diplomové práce

**Název diplomové práce:** Marketingová strategie a aktivity společnosti AF BKK, s. r. o.

**Autor:** Monika Kočvarová

**Oponent:** Ing. Richard Hlaváč, jednatel, Sotis s.r.o.

Cílem této diplomové práce bylo v širším kontextu popsat marketingové aktivity výše uvedené společnosti a na základě jejich analýzy navrhnout vhodnou marketingovou strategii a aktivity pro následující období.

Teoretická část předložené diplomové práce se věnuje strategickému řízení firmy, marketingové strategii a jednotlivým marketingovým nástrojům. Autorka v této části velmi dobře využívá odbornou literaturu a vytvořila čtivý, logicky strukturovaný text. Dle mého názoru je však teoretická část zbytečně rozsáhlá na úkor praktické části.

V praktické části autorka nejprve charakterizuje polygrafický trh jako celek a poté se zaměřuje na segment archového ofsetového tisku.

Součástí práce je také situační a SWOT analýza, kde autorka analyzuje všechny důležité faktory ovlivňující působení společnosti AF BKK, s.r.o. na polygrafickém trhu.

Následně autorka popisuje a hodnotí stávající marketingové aktivity realizované v posledním období. Na základě tohoto hodnocení navrhuje změny a inovace v oblasti plánování a realizace marketingových aktivit pro následující období.

Autorka mimo jiné dospěla k závěru, že je třeba omezit pasivní zakázkovou výrobu, při které tiskárna pouze nečinně očekává, jaký produkt si u ní zákazník poptá. Naopak velký potenciál pro tiskárnu vidí v aktivní nabídce a marketingové podpoře konkrétních polygrafických produktů, které dobře využívají dostupné technologické vybavení společnosti.

Další rezervy autorka vidí v nedostatečné a nejednotné marketingové komunikaci se zákazníkem. Tiskárna by dle doporučení v této práci měla nejprve změnit název a logotyp společnosti a poté pracovat na budování jednotné firemní vizuální identity. Autorka také navrhuje lepší využití nové, architektonicky hodnotné budovy ke komunikaci se zákazníkem například formou výstav workshopů či odborných seminářů.

Věřím, že autorkou navržená opatření budou pro společnost AF BKK, s. r. o. vhodným podnětem ke zlepšení její marketingové strategie a návodem pro případnou realizaci nových marketingových aktivit. V práci obsažené analýzy mohou být dalším zdrojem cenných informací.

Formální zpracování a jazyková úroveň práce jsou na velmi dobré úrovni, práce neobsahuje žádné závažné gramatické ani stylistické chyby.

Diplomová práce má dostačující rozsah 85 stran a její součástí jsou i vhodné přílohy, dokumentující konkrétní marketingové aktivity společnosti.

Dle mého názoru autorka úspěšně splnila zadání, které si v práci stanovila.

**Diplomovou práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení velmi dobře.**

Návrh otázek k obhajobě :

1. Jakým způsobem by měla společnost upravit svou marketingovou strategii v reakci na pokračující hospodářskou krizi?
2. Jaká konkrétní opatření byste navrhovala v rámci rozvoje aktivního marketingu společnosti, tedy aktivního nabízení nových produktů a služeb zákazníkům?

V Praze dne 30.6.2010

  
Ing. Richard Hlaváč