

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: **Bc. Erik Bezvoda**
Číslo studenta: E15985
Název diplomové práce: Marketingová strategie vybrané firmy
Cíl práce: Cílem práce je zpracovat návrh marketingové strategie a marketingového mixu pro vybranou firmu. Nedílnou součástí bude analýza společnosti, vlastní marketingový výzkum a návrh možného využití internetových a mobilních forem marketingu.
Vedoucí práce: Ing. Hana Jonášová, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2017/2018

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Práce byla časově velice náročná, a to nejen co se týká konzultací s odpovědnými pracovníky popisované společnosti. Na práci je vidět, že se autor o danou problematiku zajímá. Autor má v práci několik překlepů a gramatických chyb (shoda podnětu s přísudkem). Teoretická část je zbytečně obsáhlá a v popisu společnosti se autor někdy opakuje a ve snaze být co nejvíce podrobný se tak text stává trochu nepřehledným. Cíle dotazníkového šetření byly definovány po konzultaci s vedením firmy a s ohledem na šetření před čtyřmi lety. Vyhodnocení samotného dotazníkového šetření je na základní úrovni. Závěry a doporučení jsou zajímavé a podepřené předcházejícími analýzami.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce není plagiát, shoda 0%.

Otázky a náměty k obhajobě

Byly nějaké zásadní změny ve výstupech vašeho dotazníkového šetření a šetření před čtyřmi lety? Pokud ano, tak jaké.

V kapitole 2.1 popisujete etapy marketingového řízení, kterých etap se týkala vaše práce?

U SWOT analýzy máte definované hodnocení a váhy. Na základě čeho jste je určoval?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **C**

V Pardubicích 18.5.2018

Podpis