

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Daniela Nováková  
Číslo studenta: E16146  
Název bakalářské práce: Analýza a návrh marketingové strategie rodinného podniku  
Cíl práce: Analýza, návrh a měření efektivity marketingové strategie rodinného podniku.  
Vedoucí práce: Ing. Kateřina Kantorová, Ph. D.  
Studijní program: Ekonomika a management  
Akademický rok: 2019/2020

### Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Ostatní připomínky k práci

Práce se věnuje možnostem využití marketingových nástrojů v rodinném podniku. Využila velmi dobře možnosti PEST analýzy, analýzy konkurence a pomocí dotazníkového šetření získala podklady umožňující zhodnocení spokojenosti zákazníků s jednotlivými nástroji marketingového mixu. Efektivita měla být zkoumána u jednoho z nástrojů marketingové komunikace. Jednalo se o účast na veletrhu. Vzhledem ke komplikacím neproběhl další ročník veletrhu, který měl být do analýzy zahrnut. Autorka tedy vycházela z podkladů z minulých let v kombinaci s odhadem. Navzdory komplikacím si autorka dobře poradila s dostupnými údaji a navrhla jako nosnou WO strategii (posílení slabých stránek díky příležitostem z vnějšího okolí podniku).

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a byla shledána pouze zanedbatelná míra shody do 0,5%.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. Autorka uvádí, že vedení podniku bylo seznámeno s výsledky práce a zvažuje jejich využití. Došlo již v tomto směru k nějakému praktickému posunu?
2. Který z návrhů považuje autorka za strategicky nejdůležitější v současné době?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 11.6.2020

Podpis Ing. Kateřina Kantorová, Ph. D.