

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Svobodová Tereza
Číslo studenta: E23131
Název diplomové práce: Tvorba marketingové strategie ve vybrané společnosti
Cíl práce: Vytvořit marketingovou strategii pro vybraný podnik, která může pomoci, zvýšit povědomí o značce, rozšířit zákaznickou základnu a posílit konkurenční pozici. Práce bude analyzovat současný stav trhu, identifikovat klíčové cílové segmenty a obsahovat návrh konkrétních opatření, vycházející z vědeckých poznatků čerpaných z rešerší odborných článků.
Vedoucí práce: Ing, Kateřina Kantorová, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2024/2025

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 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 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 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

Diplomová práce je zaměřena na návrh efektivní marketingové strategie pro společnost XYZ, s.r.o., působící v oblasti gastronomie. Autorka využila kombinaci kvalitativních a kvantitativních metod – rešerši odborné literatury, analýzu interních dokumentů, dotazníkové šetření mezi 205 respondenty a polostrukturovaný rozhovor se zástupkyní firmy. V práci byly aplikovány analytické nástroje jako SWOT, PESTLE, analýza konkurence, zákazníka a marketingový mix 7P. V části věnované konkurenci autorka vhodně analyzuje faktory, které jsou pro zákazníky při výběru kavárny klíčové. Pro návrh strategie využívá WO strategii a stanovuje marketingové cíle podle principu SMART. Při tvorbě návrhů vychází také z rešerše odborné literatury, čímž propojuje teoretické poznatky s praktickými doporučeními. Vhodná místa pro expanzi vybírá na základě velikosti cílových segmentů v jednotlivých lokalitách, nicméně nezohledňuje míru obsazenosti trhu konkurencí. Součástí práce je detailní návrh otevření nové pobočky v Brně, včetně časového harmonogramu a rozpočtu marketingových aktivit. Autorka rovněž navrhuje konkrétní způsoby ověření účinnosti strategie, přičemž klade důraz na sledování znalosti značky a retenci zákazníků. Jako metodologickou výtku je třeba uvést, že v analýze konkurence autorka porovnává firmy podle marketingového mixu, ale není dostatečně vysvětleno, jakým způsobem bylo stanoveno bodové hodnocení jednotlivých kritérií.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a byla shledána míra shody do 0,1 %. Neprokázalo se plagiátorství.

Otázky a náměty k obhajobě

Jaké konkrétní výhody přináší navržený digitální věrnostní program oproti konkurenci?

Jaké riziko vidíte v expanzi do měst jako Praha nebo Brno, kde je vyšší konkurence i provozní náklady?

V analýze konkurence porovnáváte firmy podle marketingového mixu – jak jste stanovila bodové hodnocení jednotlivých kritérií?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 16.8.2025

Podpis