

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Daniela Jelínková
Číslo studenta: E22097
Název bakalářské práce: Analýza marketingového mixu vybraného podniku
Cíl práce: Cílem práce je zhodnotit současný stav a zhotovit návrh na zlepšení marketingového mixu. Tomu bude předcházet analýza marketingového mixu ve vybraném podniku.
Vedoucí práce: Ing. Michal Kuběnka, 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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 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 type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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

Autorka si dala za cíl analyzovat marketingový mix vybrané společnosti a vytvořit návrhy na jeho zlepšení. Zpracováním odborné literatury vytvořila dostatečnou teoretickou základnu pro vyhotovení praktické části práce. Aplikace teoretických poznatků do podnikové praxe přináší popis aktivit vybraného podniku z pohledu kategorií marketingového mixu. Vytvořené návrhy jsou využitelné v praxi, ovšem je nutné před posouzením a případnou realizací podnikem podložit ještě dalšími „číslly“.

Jako celek práce splňuje všechny formální požadavky kladené na závěrečnou práci a rovněž stanovený cíl práce lze považovat za splněný.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Nejvyšší míra podobnosti je 2 %. Práci lze proto považovat za originální tvorbu.

Otázky a náměty k obhajobě

Na str. 54 doporučujete prezentovat produkty na sociálních sítích a Youtube. Za tím účelem odhadujete cenu služeb marketingové společnosti na 55 tis. Kč/měs. (tab. 5) a dále celkové roční náklady na optimalizaci online marketingu na 660 tis. Kč. Částka 660 tis. tedy bude rovněž opakovaným nákladem i pro další roky? Odpovídají takovéto výdaje očekávanému efektu takovéto propagace s ohledem na odběratelskou strukturu? Resp. lze určit jaké tržby podnik aktuálně realizuje prodejem velkoobchodům, jiným prostředníkům, stavebním firmám a soukromým stavebníkům a pro jaké z těchto segmentů trhu by měla dodatečná propagace pozitivní dopad?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 14.5.2025

Podpis