

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Kubínová Barbora
Číslo studenta: E23101
Název diplomové práce: Marketingový plán pro vybranou společnost
Cíl práce: Vytvořit marketingový plán postavený na kompletním marketingovém mixu, který zohlední aktuální situaci na trhu a také vychází z inspirace ze zahraničí. Práce zahrnuje aplikaci alespoň dílčí části navržené marketingové strategie.
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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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

Autorka diplomové práce prokázala velmi dobrou schopnost aplikace teoretických poznatků na konkrétní podnikatelský subjekt. Obzvláště návrhová část práce je zpracována pečlivě, je prakticky zaměřená a reflektuje aktuální trendy v oblasti marketingové komunikace, zejména s důrazem na využití sociálních sítí a zavedení nových produktů. Oceňuji také strukturovanost návrhu a snahu o vytvoření implementačního rámce jednotlivých aktivit.

Některé části práce by si však zasloužily hlubší rozpracování. Na straně 52 je uvedeno, že pro analýzu konkurence bylo vybráno několik podniků, avšak nejsou specifikována kritéria jejich výběru, což omezuje vypovídací hodnotu analýzy. SWOT analýza je provedena rámcově dle metodiky, ale postrádá větší hloubku – chybí například WT strategie a výběr strategií není vždy jasně navázán na provedené komparační analýzy. Bylo by metodologicky vhodnější nejprve prezentovat všechny čtyři typy strategií (SO, WO, ST, WT) a teprve poté vybrat tu nejvhodnější.

Analýza zákazníka je poměrně stručná, ačkoliv obsahuje základní podstatné informace. Vzhledem k tomu, že autorka v návrhové části doporučuje zaměření na nový segment (školní jídelny), bylo by vhodné tento segment více rozpracovat již v analytické části. U SWOT analýzy navíc není vždy zřejmé, z jakých konkrétních zdrojů autorka vychází – například v případě tvrzení o zájmu školních jídelen o zdravé stravování nebo o kvalitě konkurenčních produktů.

Z formálního hlediska je třeba upozornit na skutečnost, že autorka odkazuje na jiné části práce, aniž by uvedla jejich konkrétní čísla. Tento formální nedostatek ztěžuje orientaci čtenáře v textu.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

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

Otázky a náměty k obhajobě

Na základě, jakých kritérií jste vybírala podniky do konkurenční analýzy?

Uvažujete o praktické aplikaci navrženého marketingového plánu ve firmě Květná Zahrada, z.ú.? Pokud ano, která fáze plánu má podle Vás největší potenciál pro úspěch?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 7.7.2025

Podpis