

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Vyskočilová Natálie
Číslo studenta: E22150
Název bakalářské práce: Marketingová komunikace na B2B trhu
Cíl práce: Cílem práce je návrh implementace komunikační strategie pro nový segment zákazníků u zvoleného podniku, na základě předchozí analýzy vnějšího prostředí.
Vedoucí práce: Ing, Kateřina Kantorová, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2023/2024

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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

Bakalářská práce se věnuje návrhu marketingové komunikace pro nový segment zákazníků společnosti ASCO-DŘEVO s.r.o. Práce je prakticky zaměřená a dobře strukturovaná.

Analytická část je sice rozsáhlá, ale místy spíše popisná než skutečně analytická. SWOT analýza je přehledná, avšak některé závěry nejsou dostatečně podloženy daty nebo hlubší argumentací. Chybí také hlubší interpretace výsledků dotazníkového šetření – např. proč jsou některé preference důležité, jak se liší mezi segmenty a co z toho plyne pro strategii firmy.

Návrhová část je postavena na předchozích výstupech z analytické části. Oceňuji konkrétní návrhy včetně harmonogramu, rozpočtu a využití moderních nástrojů (např. AI, e-shop, newslettery). Práce má přínos pro praxi a může sloužit jako inspirace pro malé firmy na B2B trhu.

Z počátku spolupráce s autorkou byla hodně rozpačitá a bylo zřejmé, že studentka nemá dostatečné znalosti v oblasti marketingu a odborných pojmů. Následně si studentka našla způsob, jak ve spolupráci pokračovat a práci dokončit.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a byla shledána míra shody do 2 %. Neprokázalo se plagiátorství.

Otázky a náměty k obhajobě

V práci zmiňujete případnou personalizaci u zasílání newsletterů. Bylo by možné a vhodné pro zkoumanou společnost, aby využila hyperpersonalizaci? Zdůvodněte.

Jaké další příležitosti a hrozby vyplynuly z dotazníkového šetření? Jak by se mohly uplatnit v rozšíření Vašeho návrhu marketingové strategie?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 20.5.2025

Podpis