

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Šveřepová Denisa
Číslo studenta: E21673
Název bakalářské práce: Marketingová analýza a návrh marketingového mixu
Cíl práce: Na základě situační analýzy navrhnout marketingový mix pro zvolený podnik
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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Práce se zaměřila na analýzu a návrh marketingových aktivit pro zvolenou společnost Angry Beards s. r. o. Autorka popsala nejprve teoretický základ cílený na trh, marketing, marketingový mix a marketingové analýzy, které využila v praktické části. Následně popsala zkoumanou společnost a její stávající marketingový mix. V analytické části autorka popsala zákaznické skupiny, marketingový mix a provedla PESTLE analýzu a Porterovu analýzu pěti sil. Na základě těchto podkladů vypracovala SWOT analýzu, stanovila cíle a nastínila některé možné marketingové aktivity. Připojila k nim harmonogram a rozpočet.

Celková koncepce práce není úplně špatná, leč vykazuje jisté nedostatky. Analýza konkurence je velmi stručná a nepostihuje dostatečné podklady pro návrh všech nástrojů marketingového mixu. Popis zákazníka je nekoncepční. SWOT analýza odpovídá nedostatečně přípravě podkladových materiálů a některé podklady nevyužívá dostatečně (charakteristika zákazníka). Mezi příležitostmi a hrozbami jsou chybně zařazeny položky, které nevychází z vnějšího prostředí. Dále jsou špatně stanovené cíle, které nejsou SMART. Zdá se, že autorka nerozumí metodě SMART a v textu ji chybně nazývá analýzou.

Těmto nedostatkům pak odpovídá i úroveň návrhu pro zkoumanou společnost. Tento návrh postrádá celkovou marketingovou koncepci, z níž by měl vyústit návrh marketingového mixu. V této části není ani zřejmé, na jaké zákazníky by společnost měla primárně cílit a jak si stanovit strategie při implementaci marketingového mixu. Práce pouze nekoncepčně nastiňuje určité možnosti pro marketingové aktivity společnosti.

Kromě těchto věcných nedostatků jsou v práci také další nedostatky: V některých místech formální úprava snižuje snadnost porozumění textu (s. 31), Tabulka č. 1 narušuje souvislost textu – měla by být vložena jako příloha. Na s. 32–33 není vysvětleno, proč je zde uveden popis person. Celá kapitola 3 není dobře logicky uspořádána a kapitola 4 nezačíná na nové stránce.

Tento ne zcela dobrý stav práce byl jistě ovlivněn i malou frekvencí konzultací (především v posledních měsících před odevzdáním). Také došlo k nedodržení termínu odevzdání práce, na kterém jsme byly s autorkou práce domluvené.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a byla shledána míra shody do 6 %. Nejvyšší míra shody je s dokumentem Moodle.UPCE/UPEM/CMAR (LS, 2022/2023) (Univerzita Pardubice). Jedná se o seminární práci autorky této bakalářské práce, v níž popisovala produkt, který byl popsán i v této bakalářské práci, čímž vznikla větší míra shody. S jinými dokumenty byla shledána míra shody jen do 1%. Neprokázalo se plagiátorství.

Otázky a náměty k obhajobě

Autorka by měla uvést návrh celkové marketingové strategie: Na jaké segmenty trhu v ČR doporučuje cílit a z jakého důvodu. Jakou strategii marketingového mixu navrhuje pro tyto segmenty a opět odůvodnit.

Autorka by měla upravit návrh cílů tak, aby odpovídaly metodě SMART.

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 18.12.2024

Podpis