

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Eliška Kollertová
Číslo studenta: E22104
Název bakalářské práce: Marketingový mix vybraného B2B podniku
Cíl práce: Cílem této práce je doporučit dílčí úpravy marketingové strategie vybraného B2B podniku na základě analýzy jeho marketingového mixu a následné komparace s konkurencí.
Vedoucí práce: Ing. Martin Mlázovský
Studijní program: B0413A050008 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 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 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 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

Práce je zaměřena na analýzu marketingového mixu podniku Stepa, s. r. o. působícího v odvětví papírenství a následného návrhu dílčích úprav současné marketingové strategie tohoto podniku. Autorka zde nejprve zmapovala teoretické poznatky z hlediska rozdílů mezi B2C a B2B trhy, koncepce marketingové strategie a následně nástrojů marketingového mixu jakožto podstatné součásti marketingové strategie. Takto popsané principy následně využívá v aplikační části práce.

Následně autorka vypracovala metodickou část práce, kde se primárně zabývala dotazováním formou rozhovorů, popisem PESTLE a SWOT analýz a nastínila způsob využití sekundárních dat pro tyto analýzy. V aplikační části práce autorka na základě interních materiálů a polostrukturovaného rozhovoru systematicky analyzovala marketingové prostředí podniku. V rámci komparace s konkurencí autorka svou práci zúžila na školní sortiment, což vysvětluje ekonomickým významem tohoto sortimentu pro zkoumaný podnik. Přestože komparační analýza je provedena na poněkud základní úrovni, tak náhled na konkurenční pozici zkoumaného podniku z hlediska školního sortimentu umožňuje. Velmi pozitivně hodnotím analýzu makroprostředí (PESTLE analýza), kde autorka využívá relevantní ukazatele pro zkoumaný podnik a velmi dobře odkazuje na sekundární zdroje. Autorka vhodně využila provedené analýzy k celkovém zhodnocení situace za pomoci SWOT analýzy. Poslední kapitolou předkládané práce je návrh doporučení pro dílčí úpravy marketingové strategie společnosti Stepa, jistou slabinou je, že autorka svá doporučení vztahuje pouze k marketingovému mixu (nezabývá se tak příliš zdroji, dílčími ukazateli či podnikovými cíli, které sama uvádí jako podstatnou součást strategie v kapitole 1.1). Doporučení vedoucí k úpravě marketingového mixu (jakožto dílčí částí marketingové strategie) jsou však velmi podrobná a autorka uvádí i jejich finanční náročnost, což hodnotím pozitivně.

Celkově je práce dobře logicky strukturovaná a z hlediska jazykového a stylistického vykazuje pouze drobné nedostatky (např. autorka místy využívá jako odkaz na zdroj zkratku „a spol.“ namísto „a kol.“ nebo mezi některými odstavci jsou nastavené jiné mezery než ve většině práce), text v některých tabulkách je také poměrně malý a obtížně čitelný.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a nejvyšší míra podobnosti je 1 %, práce není plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

1. V rámci analýzy marketingového makroprostředí se ve své práci zabýváte i rychle postupující digitalizací a snižující se potřebou kancelářských potřeb v korporátní sféře (paperless office). Je podle Vašeho názoru vhodné pro Vámi vybranou společnost diverzifikovat své aktivity i do oblasti digitálních služeb? Pokud ano, uveďte, do jakých konkrétně.
2. Jednou z WO strategií, které ve své práci navrhuje je využití influencer marketingu – můžete tuto možnost blíže popsat v kontextu Vámi vybrané firmy/ odvětví?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.
Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 19.5.2025

Podpis