

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: David Král
Číslo studenta: E22185
Název bakalářské práce: Marketingový mix vybraného podniku
Cíl práce: Cílem bakalářské práce je navrhnout změny marketingového mixu vybraného podniku a posoudit jeho aplikaci vzhledem k současné situaci na trhu.
Vedoucí práce: Ing. Kateřina Myslivcová, 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 marketingovému mixu společnosti EVROmat, a.s. Autor si zvolil praktické a stále aktuální téma, které má přímou aplikovatelnost v podnikové praxi. Práce je rozdělena na teoretickou, analytickou a návrhovou část. Teoretická část je zpracována přehledně, s důrazem na základní pojmy a koncepty marketingu, zejména model 4P.

V analytické části se autor věnuje jednotlivým složkám marketingového mixu (produkt, cena, distribuce, komunikace) a doplňuje je o konkrétní data a poznatky z interních dokumentů společnosti. Oceňuji zejména detailní rozbor produktového portfolia, včetně úrovní produktu a životního cyklu konkrétního výrobku (EVROvlna), a také část věnovanou marketingové komunikaci. Analýza je dobře strukturovaná a prakticky zaměřená, ale v některých oblastech postrádá analytickou hloubku a kvantitativní oporu.

V rámci návrhové části by si některé oblasti (např. návrh rozšíření výroby na keramické krytiny) zasloužily hlubší ekonomické zhodnocení (náklady, návratnost, rizika apod.).

V práci se místy vyskytují drobné stylistické a gramatické nedostatky, které by bylo vhodné odstranit korekturou. Klasifikační stupeň je navržen s ohledem na uvedené připomínky.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Nejvyšší míra podobnosti 8 % - není plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Jakým způsobem byste doporučil firmě měřit návratnost investic do reklamy (např. rádiové spoty, online kampaně)?
2. Zvažoval jste rizika spojená s rozšířením výroby na keramické nebo betonové krytiny? Jaké by to mohlo mít dopady na současný byznys model?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 13.5.2025

Podpis