

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Dan Holfeuer
Číslo studenta: E19197
Název bakalářské práce: Marketingová strategie startupového projektu
Cíl práce: Cílem práce je charakteristika specifík marketingového řízení startupových projektů, analýza podnikového okolí a definování vhodné strategie pro propagaci vybraného projektu.
Vedoucí práce: Ing. Martin Mlázovský
Studijní program: B0413A050008 / Ekonomika a management
Akademický rok: 2021/2022

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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

Práce se zabývá marketingovým řízením a tvorbou promotion strategie startupového projektu Intee.cz. Autor sám je jedním ze společníků daného podniku. Autor nejprve teoreticky popisuje marketing, marketingové okolí podniku a principy marketingového řízení podniku, načež navazuje specifiky marketingu startupů a online služeb. Blíže ve shodě s cílem práce rozpracovává promotion, včetně brandingů. Takto popsané principy následně využívá v aplikační části práce.

Hodnotu zpracované analýzy marketingového makrookolí částečně snižuje jistá povrchnost a obecnost uváděných tvrzení – této části práce by prospělo uvedení kvantifikovatelných údajů a podložení zdroji. Naopak produktová analýza konkurence (v rámci Porterovy analýzy 5F) je na dobré a jednoznačně z ní vyplývá konkurenční výhoda Intee.cz. Podobně mezi pozitiva práce patří zejména aplikace konkrétních nástrojů pro online startup (např. adopce modelu webového marketingového mixu 4S, či přijetí kapitálově nenáročných komunikačních nástrojů).

Závěrem autor navrhuje doporučení pro komunikační strategii, převážně se sice soustředí na reklamu, avšak upřednostnění tohoto komunikačního nástroje před ostatními ve své práci zdůvodňuje. Součástí návrhu reklamní činnosti je návrh obsahu, konkrétních kanálů, cílových skupin a komunikační cíle naplňující standardy SMART. Drobnou výtkou k této části je, že autor mohl uvést systematicky rozpočet komunikační strategie, nikoliv pouze rozklad na některé dílčí položky v textu. Autor pracoval samostatně a reagoval na zásadní připomínky vedoucího práce. I přes zmíněné dílčí nedostatky, tak na základě originality práce a její aplikace v praxi navrhuji známku A.

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. Ve své práci se zabýváte primárně výběrem a akvizicí zákazníků, jaké jsou obecně možnosti péče o stávající zákazníky na trhu online služeb? A kterou z nich považujete za vhodnou pro Intee.cz?
2. Jak si Váš podnik vede v současnosti a jaké máte cíle pro rok 2023?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 9.1.2023

Podpis