

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Andrea Pavlíčková
Číslo studenta: E22122
Název bakalářské práce: Marketingový mix vybraného podniku
Cíl práce: Cílem práce je navrhnout doporučení pro úpravy marketingové strategie na základě analýzy marketingového mixu vybraného podniku.
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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 se věnuje analýze marketingového mixu společnosti AUTO IN s.r.o., přičemž se autorka primárně zaměřuje na značku Ford, která tvoří klíčovou část portfolia firmy. Autorka ve své práci nejprve zmapovala teoretické poznatky z hlediska nástrojů marketingového mixu služeb, marketingového prostředí a vybraných marketingových strategií v kontextu konkurenceschopnosti. V další části práce se zabývala marketingovým výzkumem a popsala použité metody kombinující kvantitativní a kvalitativní výzkumný design.

Autorka tyto poznatky dále využila v analytické části práce, kde nejprve analyzovala interní prostředí zkoumaného podniku, a to zejména na základě 7P. Následně vyhotovila PESTLE analýzu, kterou přizpůsobila potřebám trhu s automobily. Hlavní částí výzkumu je však dotazníkové šetření, kde autorka získala celkem 213 respondentů, přičemž oceňuji, že autorka využila relevantní kanály pro šíření dotazníku (zejména sociální sítě manažera společnosti a přímé oslovení současných zákazníků společnosti), to vedlo k získání relevantních respondentů, kteří jsou již zákazníky vybrané společnosti či ji alespoň znají. Celkové vyhodnocení dotazníkového šetření je velmi věcné a logicky strukturované do souvisejících celků, drobným nedostatkem je vizuální nejednotnost prezentovaných grafů. Výraznějším negativem však je, že autorka téměř vůbec nepracovala s identifikačními otázkami, jelikož jejich využití by mohlo napomoci k ucelnějším návrhům pro úpravy marketingové strategie vybraného podniku (zejména v kontextu zákaznické segmentace). Navržená doporučení jsou však velmi konkrétní a prakticky zaměřená, což oceňuji. Autorka pracovala samostatně a reagovala na zásadní připomínky vedoucího práce. I přes uvedené dílčí nedostatky, tak zejména na základě obsáhlosti analytické části práce, kombinace využitých výzkumných metod a celkového přístupu autorky navrhuji známku A.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a nejvyšší míra podobnosti je 2 %, práce není plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

1. V práci navrhuje rozšíření servisu o další pracovníky. Zvažovala jste ekonomickou rentabilitu tohoto návrhu?
2. V rámci PESTLE analýzy naznačuje hrozbu vyplývající z celních bariér, mohla byste tuto bariéru blíže specifikovat ve vztahu k aktuálnímu světovému dění?

Závěrečné hodnocení

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

V Pardubicích 20.5.2025

Podpis