

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Analýza marketingového mixu vybrané společnosti
Jméno autora:	Horák Vlastimil
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	MÚVS - Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<p>Autor práce předkládá k obhajobě závěrečnou práci věnovanou problematice analýzy marketingového mixu vybrané společnosti. V rámci úvodu bakalářské práce je definován následující cíl: „Cílem bakalářské práce je na základě získaných dat pomocí strukturovaného rozhovoru analyzovat a zhodnotit marketingový mix společnosti a navrhnout vhodná zlepšení.“ Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části průměrně náročné. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít i analyzovat informace týkající se společnosti. Závěrečná práce má teoretický základ a je dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast.</p>	

Splnění zadání	splněno s menšími výhradami
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle byly splněny s menšími výhradami. Obsahem bakalářské práce je analýza současných aktivit podniku v marketingové oblasti v kontextu marketingového mixu. Autorovi lze vytknout, že i přes jeho usilovnou snahu nedošlo k hlubší analýze. Navrhovaná opatření jsou na průměrné úrovni.</p>	

Zvolený postup řešení	částečně vhodný
<p>V rámci práce autor analyzuje firmu, která klientům nabízí kromě produktů i služby. Vhodná je aplikace marketingového mixu v podobě 7P. Student tento fakt sice v rámci teoretické části práce definoval, nicméně v rámci praktické části již neanalyzoval (konkrétně chybí analýza částí Lidé, Physical Evidence, Procesy) a následně pro dané oblasti nebyla navržena vhodná zlepšení. Student neprovedl PESTLE analýzu, což deklaroval v zadání práce.</p>	

Odborná úroveň	C - dobře
<p>Analýza je na průměrné úrovni, autor zná dobře prostředí, v němž byla bakalářská práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autor práci rozčlenil na teoretickou a aplikační část. V teoretické části si vymezil vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části aplikuje definované pojmy a navrhuje vlastní řešení. Bohužel autor nekalkuluje přínosy opatření pro firmu. Rozsahem i pojetím lze aplikační část označit za průměrnou a vyhovující svému účelu.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<p>Formální a jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky na bakalářskou práci.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací

B - velmi dobře

Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autor využil 19 knižních zdrojů. Bibliografické citace jsou uvedeny v souladu s citačními zvyklostmi a normami. Autorovi lze vytknout, že některé zdroje jsou staršího data.

Další komentáře a hodnocení

Autor předložené práce splnil vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Oponentka práce považuje teoretickou i aplikační část za průměrnou.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Otázky k obhajobě:

1/ V závěrečné práci analyzujete marketingový mix v podobě 4P. Představte komisi rozšíření na 7P.

2/ V práci navrhuje pro podnik vhodná zlepšení. Nicméně neprioritizujete a neprovádíte kalkulaci přínosů a nákladů. Definujte akční plán pro následující rok, který vychází z Vašich doporučení. Představte, co konkrétně Váš návrh společnosti přinese a naopak, co budete k jeho implementaci potřebovat.

Datum: 31.8.2022

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.