

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingové strategie firem LIDL ČR a Penny Market ČR na českém trhu
Jméno autora:	Martin Kubát
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání závěrečné práce považuji za průměrně náročné.	

Splnění zadání	splněno
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem bakalářské práce je analýza marketingových strategií obchodních řetězců LIDL ČR a Penny Market ČR na českém trhu. Zadání práce bylo splněno.	

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Autor vhodně zvolil témata teoretické části, která jsou relevantní k dané práci a správně je aplikoval v praktické části.	

Odborná úroveň	A - výborně
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Teoretická část dobře stanovuje základní rámec pro problematiku marketingové strategie obchodních řetězců. Autor vhodně využil znalostí získaných studiem, použil aktuální odbornou literaturu i poznatky z praxe.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Práce je čtivá, dobře strukturovaná a po jazykové stránce v pořádku.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Student ve své práci s ohledem na změření tématu využil převážně českou odbornou literaturu. Citace jsou uvedeny správně.	

Další komentáře a hodnocení	
<i>Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.</i>	
Vložte komentář (nepovinné hodnocení).	

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

V teoretické části autor definuje marketing a strategický marketing, představuje jednotlivé složky marketingového mixu (produkt, cenu, distribuci a marketingovou komunikaci). Následující kapitola je věnována marketingovému výzkumu s rozdělením na sekundární a primární marketingový výzkum a kvantitativní a kvalitativní výzkum.

V praktické části jsou představeny maloobchodní řetězce LIDL ČR a Penny Market ČR. Následně je provedena finanční analýza obou společností, k čemuž autor použil dostupné výsledky tržeb a hospodaření za posledních 5 let. V kapitole 7 autor vhodně seznamuje čtenáře s marketingovými aktivitami LIDLu ČR a Penny Marketu ČR.

Autor provedl dotazníkové šetření u 186 respondentů starších 18 let, které bylo zaměřeno na preference nákupu v jednom z obchodních řetězců, důležitost kvality potravin a původu produktů z ČR, vnímání ceny potravin a faktorů, které jsou rozhodující při nákupu. Výsledky dotazníkového šetření využil autor v porovnání marketingového mixu obou společností.

Otázky k obhajobě:

- 1) Zhodnoťte marketingovou strategii obou maloobchodních řetězců Penny Market ČR a LIDL ČR. V čem se tyto strategie liší?
- 2) Ve své práci popisujete některé nevýhody aplikace Lidl Plus. Jaká je Vaše osobní zkušenost s touto aplikací?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 5.6.2023

Podpis: