

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Analýza marketingové strategie vybrané firmy</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Balov Daniel</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
<p>Zadání práce se jeví jako náročnější, protože vyžaduje analýzu marketingové strategie a návrh její optimalizace pro společnost na zvoleném trhu. Student musí zvládnout teoretické koncepty i praktické aplikace marketingu. Zadání zahrnuje analýzu současné situace, identifikaci slabín a návrh konkrétních vylepšení, což je komplexní úkol. Celkově je zadání dobře definované a odpovídá požadavkům na bakalářskou práci.</p>	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s menšími výhradami</b>
<p>V zadání si student vymezil následující: „Provést analýzu marketingové strategie firmy ETW s.r.o. a na základě takto provedené analýzy strategie pro zvolený trh navrhnout přizpůsobení strategie a představit implementační plán na zavedení nové strategie. Student splnil zadání tím, že provedl detailní analýzu současné marketingové strategie společnosti. Nicméně mi zde chybí detailnější analýza konkurence. V praktické části jsou jasně identifikovány slabiny a navrženy konkrétní optimalizační kroky. Druhou část student splnil s menší výhradou.</p>	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
<p>Postup řešení zahrnoval kombinaci teoretických přístupů a praktických analýz, což je vhodné pro dosažení cílů práce. Nelze však implementační plán v sekci Komunikační strategie a Zvýšení povědomí o značce plánovat na 4 roky. Situace v komunikačních strategiích se velmi často dynamicky mění. Pokud plánujeme inovace, ano, lze na pět let. Komunikační kampaně plánujeme na 1 max. 2 roky. Dále nelze plánovat po letech. Očekávala bych v těchto dvou sekcích implementační plán na rok po měsících. Celkově je zvolený postup rozumný a strukturovaný.</p>	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<p>Odborná úroveň práce je průměrná. Student prokázal základní pochopení marketingových principů a jejich aplikace na zvoleném trhu. Práce obsahuje relevantní literaturu, což poskytuje solidní teoretický základ, ale některé klíčové koncepty mohly být rozpracovány podrobněji. Analytická část je zpracována korektně, ale někdy postrádá hlubší vhled a kritické hodnocení. Celkově odborná úroveň odpovídá požadavkům na bakalářskou práci.</p>	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<p>Struktura práce je celkově přehledná, ale některé části by mohly být lépe uspořádány pro plynulejší čtení. Rozsah práce odpovídá požadavkům. Autorovi lze vytknout kapitoly o jednom odstavci. Dále mi není jasné zařazení kapitoly Cirkulární ekonomika v daném rozsahu.</p>	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>B - velmi dobře</b>
--	------------------------

Výběr zdrojů je dostatečný, zahrnuje odborné knihy i online zdroje. Citace jsou většinou správné, i když místy se objevují drobné chyby ve formátování. Teoretický základ práce je pevný, avšak pro posílení argumentace by bylo vhodné zahrnout více aktuálních a relevantních publikací.

#### **Další komentáře a hodnocení**

Některé části teoretické části by mohly být aktualizovány o novější trendy v marketingu. Student stále rozděluje online a offline marketing, což se dnes již nepoužívá. Doporučuji také více zdůraznit finanční aspekty navrhovaných změn, aby byla jasnější jejich ekonomická efektivita. Celkově je práce kvalitní, ale uvedená vylepšení by mohla zvýšit její přínos a aplikovatelnost.

### **III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

Celkově je bakalářská práce Daniela Balova na průměrné úrovni, ale splňuje základní požadavky kladené na závěrečné práce tohoto typu. Student prokázal solidní pochopení marketingových principů a jejich aplikace na zvoleném trhu.

Jedním z hlavních nedostatků práce je absence analýzy konkurence a dále podrobného finančního rozboru navrhovaných změn a jejich ekonomické efektivity. Chybí zde konkrétní finanční aspekty, které by ukázaly, jak navržené optimalizace ovlivní náklady a výnosy společnosti. Dalším slabým místem je nedostatečně rozpracovaný implementační plán s konkrétními akčními kroky na rok, který by jasně definoval postupy pro realizaci navržených změn ve všech třech částech.

#### **Otázky k obhajobě:**

1/ Provedte analýzu konkurence a představte hlavní závěry v jedné tabulce.

2/ Jakým způsobem by navržené změny marketingové strategie ovlivnily finanční výsledky společnosti, a jaké konkrétní náklady a výnosy by s nimi byly spojeny? Odhadněte.

3/ Jak by měl vypadat implementační plán s akčními kroky na první rok pro všechny dvě navržené části týkající se optimalizace komunikační strategie?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 25.5.2024

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.