

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Inovace marketingového mixu společnosti Mixit, s.r.o.</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Dáša Pavlovová</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Jan Havránek, Ph.D., MBA, MPA
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Masarykův ústav vyšších studií ČVUT

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
Bakalářská práce řeší případovou studii marketingového plánu start-up společnosti, jde o rutinní zadání.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s menšími výhradami</b>
Závěrečná práce splňuje zadání s menšími výhradami. Studentka disponuje znalostí základní, ale nikoli zcela aktuální, teorie. Výhrady mám i k návrhové části, která nepřekračuje rámec běžných aktivit, ale vzhledem k tomu, že jde o práci bakalářskou, tyto nedostatky nevnímám jako zásadní.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
Autorka práce zvolila konvenční přístup k problému odpovídající spíše přelomu století než aktuálnímu odbornému diskursu. Teoretická část práce má pouze rešeršní charakter a pomíjí jiné, než nejtradičtější z tradičních, zdroje, samotná doporučení jsou správná, jakkoli nepříliš inovativní.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>D - uspokojivě</b>
Studentka je v dostatečné míře obeznámena s aktuálními poznatky k související problematice. Reflektuje standardní marketingové nástroje, zjevně jí pomohla detailní znalost prostředí.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
Závěrečná práce vyhovuje standardům BP. Jazykový projev je dostatečně kultivovaný, termíny jsou přesné a svědčí o teoretické připravenosti autorky. Část informací je prezentována prostřednictvím infografiky, jejíž grafickou úroveň hodnotím velmi kladně.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>C - dobře</b>
Studentka zpracovala relevantní, nikoli však zcela aktuální, zdroje informací, citace z pramenů jsou náležitě zpracovány a bibliografie odpovídá tématu i významu práce, byť by bylo možné vycházet z širšího portfolia. Do praktické části práce se promítá znalost firmy Mixit, je těžké rozlišit, která je informace převzatá a která získána vlastní aktivitou.	

<b>Další komentáře a hodnocení</b>	
<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>	

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

Závěrečná práce představuje použitelný materiál pro formování marketingové strategie start-up firmy. S ohledem na dobu zpracování však není příliš inovativní.

Otázky pro diplomanta:

Popište marketingové strategie, resp. jejich projevy, konkurenčních firem nebo marketingové/komunikační strategie typické pro tržních segment, ve kterém se Mixit, s.r.o. pohybuje.

Jaký je positioning firmy na trhu?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **D - uspokojivě**.

Datum: 12.9.2018

Podpis: