

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingová strategie vybraného průmyslového podniku
Jméno autora:	Radová Veronika
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Jana Zárybnická, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	VŠFS o.p.s./ UNIQA pojišťovna, a.s.

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
Zadání práce kladlo vyšší nároky na studium odborné literatury (nejen tuzemské ale i cizojazyčné), předpokladem jejího zpracování byla celková analýza marketingové strategie daného podniku, shrnutí poznatků a doporučení pro danou firmu.	
Splnění zadání	splněno
Cílem diplomové práce byla analýza marketingové studie vybraného průmyslového podniku, vyhodnocení analýzy a případná doporučení. Toto vše je zcela splněno v části sedmé a osmé dané práce. Studentka velmi podrobně a pečlivě v části sedmé své práce provedla analýzu a vyhodnocení marketingové strategie ve všech šesti sekcích (celkové shrnutí, situační analýza, marketingové cíle, marketingová strategie, marketingový plán a následná kontrola). V části osmé pak provedla celkové zhodnocení a doporučení -zde jsou uvedena čtyři dílčí doporučení a dále celkové doporučení pro celou marketingovou analýzu na zcela profesionální úrovni.	

Zvolený postup řešení	správný
Diplomantka zvolila vhodnou strukturu jak praktické, tak i teoretické části. Stručně - ale zajímavě- hodnotí počátky marketingu, uvádí podnikatelské koncepce marketingu, marketingové plánování, výzkum, strategie, trhy společností, produktovou politiku, distribuci a komunikační proces. V závěru teoretické části pak provádí zhodnocení současnosti. V praktické části pak následně, po uvedení historie dané společnosti, provádí hloubkovou analýzu, celkové vyhodnocení a doporučení v návaznosti na teoretickou platformu, kterou uvedla v předchozí části práce.	

Odborná úroveň	A - výborně
V seznamu použité literatury jsou uvedeny zdroje, z nichž autorka v průběhu zpracování práce čerpala; výběr zdrojů byl vhodně zvolen; získané znalosti a informace studentka perfektně využila v praktické části své práce.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
Formální a jazyková úroveň práce je zcela v pořádku, rozsah odpovídá standardu, součástí práce jsou vhodné a hodnotné přílohy, obsahující velice kvalitně zpracovaný materiál. Studentka je z důvodu zachování celistvosti a přehlednosti práce vložila do přílohy.	

Výběr zdrojů, korektnost citací

A - výborně

Nemám připomínek. Studentka využila vhodně vybraných pramenů, bibliografické citace jsou správně uvedeny, k porušení citační etiky nedošlo.

Další komentáře a hodnocení

Práce je zpracování velmi kvalitně, analýza a hodnocení marketingové strategie ve firmě s příslušným doporučením je na profesionální úrovni. Blíže viz i mé hodnocení v části „Splnění zadání“.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Diplomová práce je zpracována velmi kvalitně, svědčí o studentčiných velmi dobrých znalostech v daném oboru, jejím velkém zájmu o daný obor, o čemž vypovídá i její přání v budoucnu se tímto oborem zabývat.

Otázka k obhajobě:

V teoretické části své práce uvádí studentka marketingové strategie PUSH a PULL (dvě základní strategie komunikačního mixu), dále i strategie dvou cílových skupin, které však v práci nevysvětluje a jejich aplikaci v praxi u průmyslových podniků neuvádí. Moje otázka tedy zní: daly by se vhodně buďto zčásti anebo zcela tyto strategie zde uplatnit, resp. bylo by vhodné je u tohoto průmyslového podniku za současné situace (tj. rozšíření portfolia o nerezovou výrobu) využít – pokud ano, tak jakým způsobem a za jakých podmínek byste to navrhovala?

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

Datum: 30.7.2018

Podpis: Ing. Jana Zárybnická, Ph.D.

