

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Návrh marketingového plánu ve společnosti XY
Jméno autora:	Veronika Cirnfusová
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Ondřej Němec
Pracoviště oponenta práce:	Seznam.cz, a.s., Radlická 3294/10, 150 00 Praha 5

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání <i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	náročnější
V současné době existuje velké množství online marketingových nástrojů a jejich využití je velmi široké. Zorientovat se v online marketingovém prostředí a zvolit vhodné nástroje pro firmu XY nacházející se v konkurenčním prostředí vyžaduje odbornou znalost, a proto hodnotím zadání za jedno z náročnějších.	
Splnění zadání <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>	splněno
Zadání práce splňuje.	
Zvolený postup řešení <i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	správný
Studentka vycházela při vytváření marketingového plánu z několika provedených analýz, při kterých si detailně ověřila vnitřní a vnější situaci začínajícího podniku.	
Odborná úroveň <i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	B - velmi dobře
V diplomové práci je viditelná proměna teoretických znalostí a jejich aplikace na konkrétní firmu. Vzniklý mix marketingových nástrojů s ročním strategickým plánem je aplikovatelný.	
Formální a jazyková úroveň, rozsah práce <i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	B - velmi dobře
Práce po formální stránce odpovídá standardům diplomové práce. Po jazykové stránce obsahuje práce drobné nedostatky, které však nijak výrazně nesnižují její odbornou úroveň.	
Výběr zdrojů, korektnost citací <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>	A - výborně
Studentka využila široké spektrum zdrojů, jak z české, tak zahraniční literatury a internetu.	
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>	

Navržené řešení je použitelné v praxi včetně s nastaveným harmonogramem. Nákladová stránka marketingového plánu by vyžadovala drobné korekce. V praxi se online marketingové plány upravují i několikrát do roka vzhledem k neustále se vyvíjejícímu tržnímu prostředí.

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.

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

Autorka v teoretické části práce prokázala schopnost kvalitně zpracovat literární rešerši i za použití zahraničních zdrojů. Logickou strukturu práce potvrzuje praktická část, která vychází z teoretických podkladů. Bohužel vstupní informace a data poskytnutá společností XY nebyla dostatečná, aby je autorka významněji v práci využít. Kladně hodnotím, že studentka provedla hned několik analýz vnitřního i vnějšího prostředí, které ji dovedly k vypracování marketingového plánu včetně ročního harmonogramu využití jednotlivých aktivit. Podle navrženého plánu by se společnost mohla určené období řídit a posléze vyhodnotit přínos, jak zmiňuje autorka.

Otázky k obhajobě:

Považujete některou z marketingových aktivit jako prioritní? Když ano, tak proč?

V čem vidíte největší přínos vaší práce pro zmíněnou společnost?

Datum: 5.6.2019

Podpis:

