

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingový plán pro firmu PROFIL NÁBYTEK, a.s.
Jméno autora:	Kuba Adam
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení veřejné správy a regionálních studií
Oponent práce:	Doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc.
Pracoviště oponenta práce:	MÚVS ČVUT

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	lehčí
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Jde o obvyklé zadání.	

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>	
Vložte komentář.	

Zadání bylo splněno.

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Zvolený způsob řešení odpovídá zadání.	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Bakalářská práce mám průměrnou úroveň. Chybí ekonomická analýza vybrané firmy i konkurence.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
V bakalářské práci jsem nenašel závažné formální ani obsahové nedostatky.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
<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>	
Posluchač postupoval při zpracování BP obvyklým způsobem. V použité literatuře částečně chybí zdroje, zabývající se mezinárodním marketingem.	

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>	
Kreativní bakalářská práce se zabývá problematikou návrhu marketingové strategie u vybraného nábytkářského podniku.	

Teoretická část definuje základní pojmy marketingu a marketingového plánování z obvyklé marketingové literatury. Informace získané z teoretické části jsou aplikovány v části praktické. Praktická část obsahuje návrh marketingového plánu pro konkrétní firmu na období jednoho roku. Chybí nejnovější trendy např. influenceři.

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.

Kreativní bakalářská práce se zabývá problematikou návrhu marketingové strategie u vybraného nábytkářského podniku.

Teoretická část definuje základní pojmy marketingu a marketingového plánování z obvyklé marketingové literatury. Informace získané z teoretické části jsou aplikovány v části praktické. Praktická část obsahuje návrh marketingového plánu pro konkrétní firmu na období jednoho roku. Pomocí Porterovy analýzy pěti sil, PESTE a SWOT analýzy je diskutována analýza současného stavu. Na základě marketingového mixu jsou navrženy vhodné metody pro řízení marketingu ve vybrané společnosti. Důraz je kladen zejména na online marketing.

Cílem bakalářské práce je vytvoření nového aplikovatelného marketingového plánu aplikovatelného v praxi.

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

Otázka:

1.
Proveďte analýzu ekonomiky analyzovaných firem pomocí elektronických zdrojů informací:

(www.obchodnirejstrik.cz, www.google.com/finance, www.reuters.com, www.statista.com aj.);

Jaký obrat a zisk mají firmy Artspect, Exbydo, Techo, IKEA, Asko, Jysk, Möbelix, Skonto a.s. a PROFIL NÁBYTEK?

Jaký je vývoj obratu a zisku všech těchto firem?

2. Je možné využít pro marketing firmy tzv. influencersy?

Datum: 2.6.2020

Podpis:

Doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc.