

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Marketingový plán sklářské firmy</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Jan Havránek</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut veřejné správy a regionálních studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Vložte komentář.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s menšími výhradami</b>
<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>	
Práce obsahuje poměrně obsáhlou teoretickou část, kde autor rozebírá historii a současnost českého sklářství s jednoznačnou favorizací uměleckého sklářství pro vyšší příjmové skupiny před sklárnami zabývajících se masovou výrobou. Svě místo zde nalezne i popis principů a tvorby marketingového plánu. Velká kapitola je věnována samotným sociálním sítím včetně představení metodik pro výpočet nákladů a metrik pro sledování efektivity. V praktické části pak autor porovnává marketing konkurence a navrhuje plán pro konkrétní společnost.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
V praktické části je věnován výrazně větší prostor popisu prezentací konkurence než samotnému návrhu marketingové strategie. Samotný návrh je poměrně strohý a nechává otevřené otázky – např. jak konkrétně podpořit každý ze tří definovaných prodejních pilířů produktů. Autor mohl také na základě onoho srovnání s konkurencí lépe navrhnout skladbu a frekvenci příspěvků na sociálních sítích. Tato oblast je zastoupena pouze jedním screenshotem excelové tabulky na měsíc leden 2021.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Teoretická část dobře stanovuje základní rámec pro vytvoření marketingového plánu společnosti. V praktické část je pak tento plán v hrubých obrysech představen. Práce obsahuje i finanční plán a stanovuje orientační cíle pro marketingový plán a měření jeho úspěšnosti.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>E - dostatečně</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Práce obsahuje poměrně dost gramatických chyb, často je volena nelogická stavba vět. V některých případech větná skladba připomíná špatně redigovaný strojový překlad.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>D - uspokojivě</b>
<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>	

Většina použitých zdrojů je tvořena veřejně dostupnými online prezentacemi popisovaných konkurenčních firem a různými články na témata Newslettery a české sklářství. Odbornou literaturu zastupují pouze 2 tituly. Citace v textu nejsou dostatečně označeny, přes uvedení reference není možné u některých odstavců snadno rozpoznat, která část textu je autorova vlastní tvorba a která je převzatá.

**Další komentáře a hodnocení**

*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.*

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

**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.*

Otázky pro obhajobu:

- 1) Jakým způsobem doporučujete podpořit prodej v každém ze tří definovaných prodejních pilířů produktů?
- 2) Bylo by dle Vás vhodné marketingovou kampaň přizpůsobit potřebám každého jednotlivého pilíře?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Datum: 5.6.2021

Podpis: