

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Jakub Jiřička
Název bakalářské práce: Analýza a zhodnocení rozdílného marketingového mixu ve vybrané firmě
Rok odevzdání: 2015
Studijní obor: řízení a ekonomika průmyslového podniku
Jméno a příjmení oponenta BP: Ing. Petra Hospodková, MBA

Slovní hodnocení celkové úrovně a přínosu práce:

Vymezení problematiky pro naplnění cíle je výborně popsáno a svedí o skvělé teoretické vybavení zpracovatele práce a rovněž o znalostech daného prostředí. Práce má zcela jednoznačně stanovenou strukturu, ve které jsou na sebe logicky navazující kroky, které jsou provázány od začátku až do konce práce. Využití odborné literatury zcela koresponduje s použitím v praktické části.

Analýza společnosti dle mého názoru odpovídá požadavkům bakalářské práce. Jedinou připomínku vidím u analýzy SWOT, kde se nabízí možnost pojetí interpretace výsledků, nicméně obsahově bez problémů. V případě analýzy konkurence lze provést kromě cenového srovnání také analýzu tržní pozice jednotlivých konkurentů a zdůvodnit souasně postavení firmy na trhu. Návrhy, které student v závěru práce předkládá, jsou racionální a adekvátně reagují na analýzu současného stavu společnosti. Cíle práce byly z pohledu znění textu práce naplněny.

Celkové hodnocení BP (HODNOCENÍ VÝZNAMU ŽADATELE V PRÁCI V OBLASTI)	A	B	C	D	E	F
	výborn	velmi dob e	dob e	uspokojiv	dostate n	nedostate n
Jazyková úroveň (pravopis, stylistika, práce s odborným jazykem)		X				
Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, dodržení normy SN ISO 690, teoretické zázemí autora)		X				
Úroveň formálního zpracování (lenění práce, pr vodní a poznámkový aparát, p ílohy, grafika atd.)	X					
Adekvátnost využitých metod práce			X			
Spln ní cíl práce		X				
Vyváženost teoretické a praktické části, vzájemná návaznost jednotlivých kapitol a subkapitol	X					
Odborný p ínos práce			X			
Využitelnost práce v praxi		X				
Prezentace záv r		X				
Navrhovaná výsledná klasifikace BP		X				

Otázky a nám ty k diskusi p í obhajob :

- 1. Jaké nástroje online marketingu by bylo možné prioritn využít v nové koncepci?**
- 2. K čemu slouží nástroj Google Analytics a jaké je jeho využití ve společnosti Alza? Existují podobné produkty se stejnými funkcionalitami?**

Doporu ení práce k obhajob :

ANO

Datum: 21. 5. 2015

Podpis:

Hospodková