

## **POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**Jméno a příjmení studenta:** Eva MOTLOVÁ  
**Název bakalářské práce:** Marketingový mix konkrétního podniku  
**Rok odevzdání:** 2015  
**Studijní obor:** Řízení a ekonomika průmyslového podniku  
**Jméno a příjmení vedoucího BP:** **Ing. Lenka Nováková, MBA**

### **Slovní hodnocení celkové úrovně a přínosu práce:**

Autorka Eva Motlová vypracovala svěží bakalářskou práci, která splňuje v teoretické i praktické rovině zadání i stanovené cíle. Aplikuje v ní marketingové teoretické principy, stručně a přehledně popsané v úvodní části práce, na malou rodinnou firmu prodávající zboží souhrnně nazvané jako „zdravá výživa“. Správně přitom vychází z předpokladu, že pro malou firmu budou rady a doporučení v oblasti marketingu cennější než pro velké firemní kolosy. Sympatická je i její snaha prokázat přesvědčení, že i ty nejmenší firmy či živnosti mohou díky dobrému marketingu a jeho uplatnění v praxi najít prostor pro zlepšení vlastní činnosti.

Autorka přistupovala k tématu bakalářské práce s nadšeným zaujetím, měla přitom ale na paměti praktický přínos a cíl své práce – pomoci majitelce firmy zlepšit její marketingové řízení, získat tak nové zákazníky a navýšit tržby.

Díky dostatečnému časovému prostoru, který přitom věnovala teoretickému základu a rešerším odborné literatury i důkladnému zkoumání vnějších a vnitřních podmínek v prostředí podnikatelského subjektu, dokázala pak dobře zpracovat a propojit teoretické znalosti s realitou konkrétní specializované maloobchodní firmy. Praktické poznatky sice opírá jen o vlastní pozorování a informace sdělené majitelkou firmy (nedotazuje se zákazníků), nicméně návrhová část je poměrně kreativní a reflektuje autorčin poučený pohled do problematiky tržního segmentu „zdravé výživy“. Oceňuji také dobrou stylistickou a jazykovou úroveň práce, která ji dělá čtivou a zajímavou, i originalitu při zpracování textu. Celkově považuji tuto bakalářskou práci za zdařilou a prakticky přínosnou (s drobnými metodickými výhradami, které neovlivňují její závěry a doporučení).

<b>Celkové hodnocení BP</b> (HODNOCENÍ VYZNAČTE „X“ V PŘÍSLUŠNÉM POLÍČKU)	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>
	výborně	velmi dobře	dobře	uspokojivě	dostatečně	nedostatečně
Přístup autora k řešení zadané problematiky (iniciativa, samostatnost, komunikace s vedoucím práce, originalita)	X					
Jazyková úroveň (pravopis, stylistika, práce s odborným jazykem)	X					
Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, dodržení normy ČSN ISO 690, teoretické zázemí autora)	X					
Úroveň formálního zpracování (členění práce, průvodní a poznámkový aparát, přílohy, grafika atd.)		X				
Adekvátnost využitých metod práce		X				
Splnění cílů práce	X					
Vyváženost teoretické a praktické části, vzájemná návaznost jednotlivých kapitol a subkapitol		X				
Odborný přínos práce		X				
Využitelnost práce v praxi	X					
Prezentace závěrů		X				
<b>Navrhovaná výsledná klasifikace BP</b>		<b>X</b>				

#### Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

1. Kterou růstovou strategii podle Ansoffa patrně uplatňuje firma Zdravá výživa v současnosti? Proč? Co byste v tomto směru doporučila?
2. Ve SWOT analýze figuruje jako příležitost i faktor „vytvoření více loajálních zákazníků (zcela nových, ale i například potomků a příbuzných stávajících)“. Prosím, vysvětlete blíže tento faktor a případně přehodnoťte formulaci.

**Práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz i na základě jiných zdrojů:**

**ANO**

**Doporučení práce k obhajobě:**

**ANO**

Datum: 21.5.2015

Podpis:

