

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta:	Tomáš FIALA
Název bakalářské práce:	Tvorba marketingového plánu ve společnosti PrávníAutomat.cz s.r.o.
Rok odevzdání:	2015
Studijní obor:	Řízení a ekonomika průmyslového podniku
Jméno a příjmení oponenta BP:	Ing. Lenka Nováková, MBA

Slovní hodnocení celkové úrovně a přínosu práce:

Autor Tomáš Fiala si klade za cíl v bakalářské práci sestavit a implementovat marketingový plán pro malý podnik s názvem PrávníAutomat.cz s.r.o.. Protože jde o internetovou právně-poradenskou firmu, autor vhodně obohacuje teoretickou část práce - v dostatečné míře i struktuře - vedle odborných rešerší na téma obecný marketing a marketingové plánování i o specifika internetového marketingu, přičemž objektivně rozšiřuje výběr tradičních zdrojů informací o méně známou zahraniční literaturu.

Praktická část je zaměřena na tvorbu a popis implementace nového marketingového plánu specifické firmy, která je typickým představitelem internetového start-up podniku (podnikatelskou podstatou je usnadnění volby advokátní kanceláře při řešení právního problému). Nová podoba plánu je autorem tvořena s využitím analýzy dosavadních výsledků několikaměsíční činnosti firmy (data získána pomocí programu Google Analytics) popsaných v samostatné kapitole, obsahující již základní strategická rozhodnutí vlastníků firmy. Nový marketingový plán firmy se měl - po relativně úspěšné zaváděcí fázi - zaměřit na zvýšení poptávky po nabízených službách. Závěr práce obsahuje zhodnocení výsledků implementace po třech měsících činnosti, které z pohledu autora vyznívá pozitivně, a návrhy pro budoucí činnost firmy.

Za hlavní přínos práce považuji úspěšnou aplikaci marketingových principů v praxi internetového podnikání a propojení teoretických poznatků s aktuálními potřebami trhu při využití moderních marketingových nástrojů. Diskutabilním místem je metodicky nejasněná podoba strategické části plánu, zaměřením se na taktickou rovinu plánu (evokující spíše krátkodobou komunikační kampaň) a nedostatečná pozornost věnovaná rozpočtu a kontrole výsledků v návrhu plánu. Práce je však celkově čtivá a zajímavá a jistě se může stát inspirací pro podobné start-up projekty.

Celkové hodnocení BP (<i>HODNOCENÍ VYZNAČTE „X“ V PŘÍSLUŠNÉM POLÍČKU</i>)	A	B	C	D	E	F
	výborně	velmi dobře	dobře	uspokojivě	dostatečně	nedostatečně
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					
Navrhovaná výsledná klasifikace BP		X				

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

1. Co je obsahem strategické části marketingového plánu (jaká je struktura a posloupnost kroků) a jak se tato etapa promítá do části taktické?
2. Vysvětlíte podrobně SWOT analýzu a její faktory, jak je sestavena v BP (str. 46).
3. Zdůvodněte detailněji názor, že internetové firmy nepotřebují dlouhodobé plánování (viz str. 59).

Doporučení práce k obhajobě:

ANO

Datum: 22.5.2015

Podpis: