

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Marketingová strategie malé firmy v oblasti informačních technologií</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Bc. Jakub Kašpar</b>
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Fakulta elektrotechnická (FEL)
<b>Katedra/ústav:</b>	Katedra ekonomiky, manažerství a humanitních věd
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Martin Dobiáš, Ph.D.
<b>Pracoviště vedoucího práce:</b>	Katedra ekonomiky, manažerství a humanitních věd

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadáním práce byla tvorba marketingové strategie firmy na základě provedených analýz.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>nesplněno</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>	
Zadání dle mého názoru splněno není, resp. každý z bodů zadání je v práci uveden alespoň heslem, ale rozsah provedených analýz ani vlastní návrh a zhodnocení přínosů marketingové strategie není zpracováno v odpovídajícím rozsahu.	

<b>Aktivita a samostatnost při zpracování práce</b>	<b>F - nedostatečně</b>
<i>Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatně tvůrčí práce.</i>	
Student byl v práci velmi samostatný, řekl bych, že až moc, což v tomto případě rozhodně k požadovanému cíli nevedlo. Za celou dobu řešení diplomové práce jsme měli cca dvě konzultace. Student v průběhu řešení nereagoval ani na občasnou připomínku mailem. Aktivita studenta je dle mého názoru nedostatečná, čemuž odpovídá i výsledná podoba práce.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>F - nedostatečně</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Z práce je patrné, že byla dokončována ve velké časové tísní. Úvodní popisné kapitoly, i přesto, že by mohly být podrobnější, přinášejí netradiční a osvěžující pohled na marketing. Následné analýzy jsou však hodně povrchní a nelze je tak použít pro tvorbu sofistikovanější strategie. Z práce mi není zcela jasné, zda student pochopil základní principy marketingu v manažerském kontextu. Zejména mně překvapila diplomantova strohost u marketingového mixu – 4P, jakožto nástroje marketingové strategie, kde ke každému P diplomant uvedl pouze jenu větu...	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Po formální stránce je diplomová práce vyhovující a neobsahuje přespříliš překlepů či pravopisných chyb. Velmi často se však v textu práce objevují pravopisně chybně zapsané uvozovky, zejména při citacích převzatého textu.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>F - nedostatečně</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>	
Diplomant mezi použitou literaturou uvádí 46 převážně elektronických zdrojů, z nichž cca 1/3 není v textu práce uvedena (použita). Diplomant dále relativně často cituje rozsáhlou část cizího textu. Citace v těchto případech dle mého názoru není	

na místě a spíše by se zde hodila parafráze s odkazem na použitý zdroj. Zejména, pokud se nejedná o zcela unikátní myšlenku, ale obecně známý princip.

#### **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.*

U marketingových závěrečných prací je obvyklé, že svým rozsahem převyšují ostatní závěrečné práce a jsou náročné také na čas. Důvodů je hned několik. Vymezení základní marketingové terminologie a porozumění marketingu jako koncepce managementu je relativně náročné a rozsáhlé. Dále pro porozumění všem potřebným aspektům dané reálné situace v praxi je nezbytné provést rozsáhlé analýzy vnitřního i vnějšího prostředí firmy. Teprve na základě těchto analýz je možné stanovit cíle pro marketingovou strategii (bez cílů nelze měřit) a přistoupit k jejímu návrhu, realizaci a následnému hodnocení. Text práce ani prezentované výsledky nejsou v souladu s výše uvedeným.

### **III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE**

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení.*

Přístup studenta k řešení zadané diplomové práce nebyl zcela ideální. Rozsah provedených analýz, stanovení cílů pro marketingovou strategii, ani vlastní návrh včetně zhodnocení marketingové strategie nebyl zpracován v potřebném rozsahu. Diplomant také nepracuje se zdroji zcela korektně. Z textu práce je zřetelné, že byla dokončována v časové tísni, což se negativně projevilo na její kvalitě.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **F - nedostatečně**.

Datum: 26.1.2020

Podpis: