



POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Macháčková Aneta

Název práce: Marketingové plánování jako konkurenční výhoda podniku
(Miroslav Skalický – UNIMEX – digitální tiskárna)

Autor posudku: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph.D.

Cíl práce: Seznámení se s firmou a jejími produkty. Na základě toho pak zpracování marketingového plánu s cílem zvýšit produktivitu a ziskovost a rovněž zvýšit šance firmy na trhu.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	1	2	3	4
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Náročnost práce na teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Náročnost práce na praktické dovednosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dílčí připomínky a náměty:

Teorie v práci je provedena v obecné rovině a složena z citací s omezeným přínosem studentky k danému tématu. Chybí jednoduché praktické příklady a zřetelnější zaměření na oblasti, které jsou následně podstatou praktické aplikace. V rámci praktické aplikace provádí studentka marketingový výzkum u respondentů, což je nepochybně vhodnou součástí, ale neprovádí vlastní vyhodnocení dosavadních marketingových aktivit firmy. Analýzy trhu - zákazníci, konkurence jsou pojaty spíše výčtovou formou a nikoliv provedením analýzy jejich nabídky a srovnání s posuzovanou firmou. Následně zpracovaná SWOT analýza pak ne zcela pokrývá všechny možnosti dostupné firmě. Závěr práce by mohl být spíše přehledem zjištění a návrhů studentky a nikoliv komentáře, čemu se ve které části práce věnovala.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je pojata sice velmi obsírně, ale zároveň až příliš stručně, z čehož plyne že i problematika, na kterou se studentka zaměřuje v praktické aplikaci, je podána jen v náznaku a nikoliv detailně. Praktická aplikace má rezervy především v analytické části, kde studentka opět nevěnuje dostatečnou pozornost analýze a spíše jen popisuje stav. Vlastní návrhy akčních programů zpracované studentkou jsou dostatečně promyšlené, ač jsou založené na analýze provedené jen okrajově, včetně odhadu nákladů s nimi spojených. Jejich realizace by mohla firmě dopomoci ke stanoveným cílům. Studentka naplnila cíl práce.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

1. Jaký byl stav marketingových činností ve firmě, před přípravou uvedeného marketingového plánu?

2. Byly v rámci tvorby plánu zapracovány i moderní metody propagace či způsobů poskytování služeb klientům? Pokud ano, jaké a jak by měla proběhnout jejich implementace?

Navržená výsledná známka: velmi dobře

V Hradci Králové, dne 26. srpna 2015

podpis