



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Monika Peňázová

**Název práce:** Vliv marketingového mixu na chování spotřebitele

**Autor posudku:** Ing. Martina Janečková

**Cíl práce:** Implementovat teoretické znalosti o marketingovém mixu na skutečný podnik a navrhnout optimalizaci jeho fungování v oblasti marketingu.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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:

Práce obsahuje přehledně navazující teoretickou a praktickou část, teoretické znalosti jsou implemenované do praktické části. Oceňuji vizuální prvky, mapy, obrázky atd.

Oceňuji preciznost analýzy marketingového prostředí podniku.

Práce obsahuje chyby v citacích v textu - liší se způsob citace se dvěma autory (čj x aj), na straně 33 chybí rok vydání publikace (... podle Johnové...) atd.

V závěru bych čekala jasnější shrnutí cílů a jejich dosažení. Případně doporučuji více rozvedené posouzení nově navržených aktivit oproti předchozí situaci. Více explicitně zmínit, co vyplývá z výzkumu, jak to může firma implementovat, a jak ji to může ovlivnit. Poslední dva odstavce jsou hezké.

Oceňuji, že je z práce patrný zájem o předmět.

**Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Práce je celkově pěkně provedená. Je přehledná, prezentuje dostatečný teoretický základ pro následný průzkum, analýzu a doporučení. Zvolené metody jsou víceméně vhodné a formální náležitosti splňuje. V závěrečné části bych uvítala více konkrétních doporučení pro samotné aktivity zámku, vyplývající z provedené analýzy.

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Otázky pro diskusi:**

- 1) Uvádíte marketingový mix 4P, znáte nějaký jiný typ marketingového mixu?
- 2) V podkapitole 6.3.2 uvádíte, že je třeba hlídat, aby na internetu nebyly rozporuplné informace, např. Google x webové stránky atd. Jak je možné tomuto předejít?
- 3) Proč jste si vybrala zrovna toto téma pro svou bakalářskou práci a v čem spatřujete hlavní přínos vaší bakalářské práce?

**Navržená výsledná známka: výborně - velmi dobře (podle výsledku obhajoby)**

**V Hradci Králové , dne 12.05.2023**

---

**podpis**