



## POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** *Aneta Hrobařová*

**Název práce:** **MARKETINGOVÁ STRATEGIE FIRMY MERIDA HRADEC KRÁLOVÉ, S.R.O.**

**Autor posudku:** doc. Ing. Marcela Sokolová, Ph.D.

**Cíl práce:** Cílem bakalářské práce je provedení analýzy současné marketingové situace firmy, následné vyhodnocení získaných informací a navrzení optimální marketingové strategie nebo alespoň navrzení zlepšení současné marketingové strategie firmy Merida, které by mohlo vést ke zvýšení tržního podílu.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce v rámci kontroly anti-plagiátorským systémem nevykazuje žádné nedostatky (celková podobnost: 0%).

### **Dílčí připomínky a náměty:**

Žádné zásadní připomínky k práci nemám. Dílčí připomínku bych měla k hloubce provedené analýzy, některé faktory by si zasloužily podrobnější rozbor. Dále se v práci vyskytují i drobné formální nedostatky (chybějící čárky ve větách str. 30 apod.), což ale jinak nesnižuje kvalitu práce.

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

Předmětná bakalářská práce se zabývá marketingovou strategií firmy Merida Hradec Králové, s.r.o. Autorka v té souvislosti vymezila dvě výzkumné otázky týkající se možnosti zlepšení současné marketingové strategie a spokojenosti zákazníků.

Práce se skládá ze dvou stěžejních částí. První část se věnuje teoretickému vymezení základních pojmů a souvislostí z oblasti marketingu formou literární rešerše odborné literatury a komparace různých přístupů k řešení dané problematiky. V aplikační části práce je představena společnost Merida Hradec Králové, která je následně analyzována z pohledu marketingu. V rámci této analýzy bylo provedeno i dotazníkové šetření mezi zákazníky. V závěru práce jsou autorkou navržena doporučení na zlepšení pozice na trhu.

Autorka ve své práci pracovala systematicky, správně interpretovala získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Zvolené metody a způsob jejich použití jsou adekvátní.

Hlavní přínos práce lze spatřit v provedené analýze a v návrzích opatření na zlepšení stávající situace.

Práce splňuje svým rozsahem i obsahem požadavky kladené na bakalářskou práci, je napsána v souladu s Metodickými pokyny pro vypracování bakalářských a diplomových prací (Výnos č. 1/2000, upravené znění ze dne 12. 1. 2011), neshledávám zde závažnější nedostatky. Vytyčený cíl byl naplněn.

### **Otázky k obhajobě:**

- 1) Autorka se ve své práci zabývala i konkurencí. Jak by charakterizovala trh, na kterém analyzovaná společnost Merida Hradec Králové s. r.o. působí, z pohledu ekonomické teorie?
- 2) Zkoumaná firma obchoduje mimo jiné s hygienickými potřebami. Jak covid-19 ovlivnil či ovlivňuje tuto formu z pohledu marketingu (struktura zákazníků apod.)?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: B**

**V Hradci Králové, dne 2. září 2020**

---

**podpis**