

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh úprav marketingového mixu společnosti Broker Consulting, a.s.

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Patrochová Kateřina

Vedoucí práce: Ing. Monika Ryšavá

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Cílem autorky je návrh marketingového mixu poradenské společnosti Broker Consulting, která patří do jedněch z největších v ČR. Při analýze vnitřního a vnějšího prostředí autorka použila PEST analýzu a při analýze marketingového mixu společnosti vytvořila vlastní dotazník, kterým oslovila 250 respondentů. Provedené výzkumy lze považovat za relevantní a vhodné. Jak v teoretické, tak v praktické části autor využívá metodu komparace. V konkrétních návrzích na zlepšení mixu pak autorka doporučuje propagaci na sociálních sítích s přesně definovanou cílovou skupinou, zaměřenou na komunikaci přidané hodnoty společnosti, dále pak osobní prodej, který je druh společnosti klíčový, a v neposlední řadě dotazník zákaznické spokojenosti, který bude zároveň tvořit konzistentní zpětnou vazbu na služby společnosti a zároveň tvořit databázi klientů, která bude dále použita k marketingovým účelům.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Proč je osobní prodej jako marketingový nástroj, pro tuto společnost klíčový ?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak vidíte vliv "Covidové! doby na změnu složení portfolia společnosti ?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaký nástroj komunikace v rámci vašich doporučení, vidíte jako prioritní ?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 19.05.2023

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz