

## POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: *Michael Potocký*

Název práce: **MARKETINGOVÁ STRATEGIE PRO GRAFICKO-ODĚVNÍ FIRMU**

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

Cíl práce: Hlavním cílem diplomové práce je provedení strategické marketingové analýzy a návrh marketingové strategie pro konkrétní firmu. Prvním **dílním cílem je vymezení základních teoretických poznatků** souvisejících s tvorbou marketingové strategie, **dalším je provedení strategické analýzy s důrazem na oblast marketingu** a posledním je zpracování návrhu marketingové strategie.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly**

Mohu konstatovat, že práce v rámci kontroly anti-plagiátorským systémem a na základě mé následné revize nevykazuje žádné zásadní nedostatky.

**Dílní připomínky a náměty:**

Žádné zásadní připomínky k práci nemám.

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

Předmětná diplomová práce má za úkol vytvořit marketingovou strategii firmy Limen Clothing, která provozuje e-shop a stánkový prodej na festivalech a pořádá hudební projekce. Autor si v souladu s cílem práce vymežil 4 výzkumné otázky, na která v závěru práce odpověděl.

Práce se skládá ze dvou stěžejních částí. První část vymezuje teoretická východiska týkající se oblasti **strategického řízení a marketingu**. V druhé části jsou prezentovány výsledky strategické analýzy výše jmenované společnosti, kde se autor zaměřil hlavně na **marketing**. Nejprve je provedena souhrnná analýza makroprostředí, která je doplněna dílčími analýzami podle jednotlivých segmentů zájmu zkoumané firmy. Zde jsou vždy zkoumány interní vlivy a konkurence. Autor v rámci zkoumání realizoval i **dotazníkové šetření zjišťující povědomí o značce**. Na základě výsledků byla navržena marketingová strategie. **Doporučované marketingové postupy** pro zkoumanou firmu jsou především aktivity spojené s PPC reklamou a využití potenciálu sociálních sítí. Na závěr práce autor odpověděl i na výzkumné otázky.

Autor ve své práci pracoval systematicky, správně interpretoval získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Zvolené metody a způsob jejich použití jsou adekvátní. Přístup autora při psaní práce hodnotím pozitivně, práci konzultoval, operativně zpracovával připomínky a náměty vedoucí práce.

Práce splňuje svým rozsahem i obsahem požadavky kladené na diplomovou práci, je napsána v souladu s Metodickými pokyny pro vypracování bakalářských a diplomových prací (Výnos č. 6/2023, upravené znění ze dne 1. září 2023), neshledávám zde závažnější nedostatky. Vytyčený cíl byl naplněn.

Otázky k obhajobě:

- 1) Pořádání koncertů, jak ukazuje např. graf na straně 73, vykazuje ztrátu a to poměrně významnou. Jaké jsou důvody pokračovat v této aktivitě?
- 2) Nechtě autor definuje cílovou skupinu zkoumané firmy.

Práci **doporučuji k obhajobě**.

**Navržená výsledná známka: B**

V Hradci Králové, dne **23. května 2024**

---

podpis