

## 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 dílčím 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.

### Dílčí 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 vymezil 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**