



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tkachenko Violeta

Název práce: Komplexní marketingová strategie podniku

Autor posudku: PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

Cíl práce: Analýza vybraného podniku

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	A	C	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	☒	☐	☐	☐
Vymezení cíle a jeho naplnění	☐	☒	☐	☐
Zpracování teoretických aspektů tématu	☐	☒	☐	☐
Zpracování praktických aspektů tématu	☐	☒	☐	☐
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	☐	☒	☐	☐
Hloubka a správnost provedené analýzy	☐	☐	☒	☐
Práce s literaturou	☐	☐	☒	☐
Logická stavba a členění práce	☐	☐	☒	☐
Jazyková a terminologická úroveň	☐	☐	☒	☐
Formální úprava a náležitosti práce	☐	☒	☐	☐
Vlastní přínos studenta	☐	☐	☒	☐
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	☐	☐	☒	☐

Dílčí připomínky a náměty:

Bakalářská práce je soustředěna na aktuální oblast podnikového marketingu.

V teoretické části jsou využity moderní prameny k vysvětlení současného pojetí marketingu, marketingového mixu a metody SWOT analýzy.

V praktické části je podán návrh komplexu strategií, které zvýší úspěšnost a schopnost konkurence podniku s dekoračními výrobky LTD „DECO-CITY“ na Ukrajině.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Studie předkládá teoretické prameny z oblasti marketingu a strategického plánování. Použité tištěné i internetové zdroje nejsou vždy náležitě citovány (např. str. 10, 11).

Je zde provedena analýza marketingového mixu a SWOT analýza vybraného podniku, výsledky těchto postupů jsou sice uvedeny, avšak působí poněkud nesourodě a nepřehledně. Autorka využívá fotodokumentace, která by ovšem spíše než v textu měla být uvedena v přílohách.

V práci jsou patrné nedostatky v hloubce a správnosti analýzy, v práci s literaturou a v jazykové a terminologické úrovni.

Studie tedy pouze částečně splňuje po stránce formální i obsahové náležitá kritéria, cíl práce je tak jen z části naplněn a celkový výsledek bude záležet na průběhu obhajoby.

Otázky k obhajobě:

1. Mohla by autorka přesně vysvětlit *rozvojovou strategii firmy LTD „DECO-CITY“*, ke které dospěla svým výzkumem? Jakými metodami by navrhovala oslovit nové zákazníky a jak by byl připraven vstup do hospodářské soutěže? (dle str. 50)?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: D - velmi dobře-dobře

V Hradci Králové, dne 13. května 2016

PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

podpis