



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Martin Koška

Název práce: Marketingová strategie společnosti SOM Velký Osek, s.r.o.

Autor posudku: Tomáš Kala

Cíl práce: Analýza současné marketingové strategie a návrh úprav marketingové strategie společnosti SOM Velký Osek, s.r.o., která se zabývá výrobou a montáží ocelových konstrukcí, výrobou a servisem speciálních kolejových mechanismů.

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Jsem toho názoru, že charakter a míra shody vykázaná anti-plagiátorským systémem (17%) po posouzení konkrétních statí textu odpovídá běžným postupům publikační činnosti a citační etiky je na hranici přijatelnosti pro zpracování VŠKP. Student u shodných pasáží uvedl zdroje informací, nevyžádal si však souhlas jejich autorů.

Dílčí připomínky a náměty:

Úvod práce je málo obsažný. V práci postrádám výzkumné otázky, respektive hypotézy. Práce má charakter případové studie - bez konkrétních kvantitativních údajů a jejich podrobnější (statistické) analýzy. V návrhu marketingové strategie podniku (podkapitola 4.8.) není uvedena mise, ani vize podniku, ani související zdroje, časový a logický rámec

a další náležitosti. Shrnutí výsledků, závěr a doporučení (kapitola 5) je – dle mého názoru – velmi povrchně zpracována. V práci se vyskytují hrubé gramatické chyby.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Hodnocená bakalářská práce dle mého mínění splňuje základní požadavky kladené na Fakultě informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové na úroveň závěrečných kvalifikačních prací.

Autor v ní prokázal základní teoretické znalosti a praktické zkušenosti v předmětné problematice. Práce má charakter případové studie, která může být využita v dalším rozvoji společnosti SOM Velký Osek, s.r.o..

Otázky k obhajobě:

Jaký je obrat společnosti SOM Velký Osek, s.r.o. a jaký objem finančních prostředků může společnost vložit do realizace navržené marketingové strategie?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: E

V Hradci Králové, dne 14. května 2019

podpis