



## POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Brandejs Matyáš

**Název práce:** Marketingový mix podniku

**Autor posudku:** Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph.D.

**Cíl práce:** Zhodnocení stávajícího marketingového mixu a na základě následného šetření navrhnout nové postupy při tvorbě nového marketingového mixu.

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

### Dílčí připomínky a náměty:

Teoretická část práce postihuje základní teoretická východiska ke zkoumané problematice struktury marketingového mixu. Teorie je pojata velmi stručně. Základní pojetí marketingového mixu nepostihuje dostatečně specifika následné praktické aplikace, která se dotýká zejména oblasti služeb. V praktické části provedené analýzy jsou spíše jednoduššího charakteru, se subjektivním vyhodnocením autora. Využito bylo i vlastního průzkumu trhu, ale nebylo dostatečně využito jeho potenciálu. Dotazování tak bylo především založeno na jednoduchých dotazech, bez dostatečného využití složitějších dotazů například se škálováním.

Stejně tak není dostatečně rozpracována analýza konkurence, která má na strukturu marketingového mixu také nepochybný vliv a díky tomu nemusely být zachyceny všechny potenciální problémy. Studentem stanovené hypotézy jsou pak vyhodnoceny pouze na základě dotazování, nikoliv na základě řádného statistického testování.

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

Teoretická část práce představuje pouze základní přehled teoretických východisek pro zpracování práce, ovšem je na druhé straně velmi kvalitně a přehledně zpracovaná. Teoretická východiska jsou tak zcela vyhovující. Praktická část práce provádí nejprve popis činnosti posuzované firmy z pohledu marketingového mixu. Provádí detailní analýzy jednotlivé prvky M mixu. Tyto analýzy jsou sice značně popisné, ovšem zjištění jsou dostačující pro zpracování vlastních návrhů na změny marketingového zaměření firmy a zlepšení jednotlivých prvků. Závěry práce jsou pak pojaty ve vztahu k navrženým změnám, a to včetně vyhodnocení stanovených hypotéz. Cíle práce byly studentem naplněny.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Jak přistupuje firma k oblasti inovací v rámci portfolia produktů – jak produktů, tak i služeb?
2. Jaké jsou nejvýznamnější nedostatky v marketingové činnosti firmy?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C - velmi dobře**

**V Hradci Králové, dne 23. dubna 2017**

---

podpis