

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Vojtěch CIGÁNEK

Název bakalářské práce: MARKETINGOVÝ MIX OBCHODNÍ RODINNÉ FIRMY

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Katedra managementu a marketingu služeb

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce		X					
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění	X						
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP		X					
	faktická, věcná a obsahová správnost		X					
	hloubka provedené analýzy	X						
	zvládnutí odborné terminologie		X					
	schopnost argumentace a kritického myšlení		X					
	uplatnění práce v praxi / výuce	X						
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů	X						
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací		X					
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol	X						
	jazyková a stylistická úroveň		X					
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky		X					
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce	X						
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce			X					
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Pozitivně hodnotím zvolené téma bakalářské práce. Práce je zpracována s velkým zaujetím autora, je vyvážená v teoretické, analytické a praktické části. Má standardní rozsah a je vybavena funkčními grafy a tabulkami. Teoretická část (2.kapitola) vychází z rešerše 22 odborných pramenů domácí i zahraniční provenience. Autor vymezil základní pojmy související s marketingovým plánováním na strategické a taktické úrovni. V teoretické části může čtenář postrádat vymezení problematiky rodinného podnikání a problémů souvisejících s fungováním rodinných firem. Pro praktickou část práce byla vybrána rodinná firma manželů Cigánkových. Ve třetí kapitole je nejprve provedena analýza rodinné firmy a analýza marketingových a obchodních činností. Samostatnou částí práce je zpracování marketingového výzkumu s cílem získat aktuální informace o spokojenosti zákazníků s firmou. V závěrečné části BP je na základě syntézy zjištěných informací vytvořen návrh na zvýšení efektivity současného marketingového mixu pro obchodní činnost sledované rodinné firmy. Nespornou výhodou pro formulování závěrů BP, resp. návrhů na zvýšení efektivity jednotlivých částí marketingového mixu byla vlastní autorova znalost vybrané firmy.

Otázky k obhajobě:

1. Doplňte charakteristiku zkoumané rodinné firmy z hlediska typu rodinné firmy. Jaké největší problémy jsou spojeny s firmami rodinného typu?
2. Uvažují majitelé rodinné firmy o jejím předání další generaci?
3. V práci uvádíte, že rodinná firma nemá žádné pracovníky. Jaký je Váš názor na zaměstnání brigádníka v době, kdy je zvýšená frekvence zákazníků nebo při činnostech spojených s doplňováním zboží.

Datum: 25. července 2016

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce