

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Erik Medula

Název bakalářské práce: Marketingová strategie firmy MEPLO

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: vedoucí katedry managementu a marketingu VŠERS

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):

Erik Medula zvolil pro svoji BP poměrně náročné téma marketingové strategie firmy MEPLO, Česká republika, s.r.o. Jedná se o společnost v oblasti odpadového hospodářství, která je součástí nadnárodní korporace. S ohledem na zvolené téma má práce nadstandardní rozsah, 75 stran textu a dalších příloh. Teoretická rešerše je věnována trhu B2B a vyjádření jeho specifik, metodice situační analýzy a marketingovému výzkumu. Část je zpracována z aktuálních odborných pramenů domácí i zahraniční provenience. Situační analýzu firmy MEPLO čtenář najde v třetí kapitole, jde o společnost s širokým portfoliem nabízených služeb. Je škoda, že nedošlo při zpracování BP k zúžení tématu pouze na některé produktové oblasti firmy a více pozornosti si zasloužila obchodní činnost. V části 3.4 analýza vnějšího prostředí není uvedeno, že se jedná o postup Porterova modelu pěti sil, který je prezentován v teoretické části práce a v příloze. Hodnocení modelu v závěru absentuje. Závěrečná SWOT analýza neobsahuje hodnocení pomocí hodnotících matic, jak autor uvádí v teoretické části práce. Zakončení SWOT analýzy konečnou hodnotící maticí, která objasní aktuální pozici firmy je závažným nedostatkem analýzy, přestože např. Příloha IV uvádí příklad bodového hodnocení pomocí IFE a EFE matice. Marketingový výzkum je obsahem čtvrté kapitoly, bohužel se čtenář v podstatě nedoví, proč byl zvolen právě tento typ výzkumu – zájmu respondentů o domácí kotel. Závěrečná pátá kapitola uvádí návrh marketingové strategie. V úvodu autor BP konstatuje, že korporace má zpracovanou strategii na období let 2012-2017, která je kompatibilní s Plánem odpadového hospodářství ČR 2015-2024. Dále autor uvádí, „že navazující strategie korporace nebude měnit své základní směry“ a dále z textu vyplývá, že návrhy strategie z BP strategii pouze doplňují, a to bez uvedení základních kompetencí společnosti působící v českém prostředí. Z popsaného hodnocení bakalářské práce vyplývá, že problémem práce je nedostatečná provázanost teoretické a praktické části práce, absence aplikace popsaných metod v praktické části práce, nestandardní realizace marketingového výzkumu. Na str. 72 autor ambiciózně konstatuje, že „cíl práce byl naplněn“, což lze jako tvrzení rozporovat a opravit na naplněn částečně. Po formální stránce v práci nebyl vždy dodržen standard vyplývající z Metodiky zpracování BP, nedostatky jsou i v použité ekonomické odborné terminologii.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete provést hodnocení faktorů SWOT analýzy nějakým typem hodnotící matice?
2. Pro jaké účely je využíván zjištěný typ strategie ze SWOT analýzy?
3. Jaká je praktická využitelnost Vaší BP, resp. sestaveného návrhu marketingové strategie?

Datum: 15. 5. 2017

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