

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Petr Struhovský

Název bakalářské práce: Marketingové řízení regionálního DUP družstva pivovaru POUTNÍK

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

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: Ing. Linda Jelínková

Pracoviště a pracovní zařazení: Douwe Egberts, senior Brand manager

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	
Celkové hodnocení bakalářské práce						X		
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Téma bakalářské práce je zpracováno na 71, resp. 70 stranách vlastní práce a seznamu tabulek a grafů. Zvolené téma je zajímavé, ale na první pohled je zřejmé, že autor nevyužil prostor pro pečlivé dokončení práce. V práci se vyskytuje řada nedostatků, jak z hlediska technického zpracování práce, tak z hlediska odborné problematiky. Z technických problémů upozorňuji na nedostatky např. citace práce v anotaci (česká i anglická varianta), chybí strany BP celkem. V obsahu práce jsou uváděny části, které nemají označení subkapitol a označení, což nepříspěvá k větší přehlednosti pro posouzení struktury práce. Autor při označování tabulek a grafů nepostupoval jednotně. Jak bylo naznačeno, z hlediska technického zpracování práce vykazuje značné nedostatky, což snižuje celkovou úroveň práce. Po obsahové stránce je práce klasicky členěna na část teoretickou a praktickou. V první kapitole je objasněn cíl práce a metodika. V metodice práce je již obsažen problém logických návazností práce s ohledem na stanovený cíl práce, a to především v oblasti marketingové situační analýzy. Chybí provázanost analýzy interních a externích faktorů na SWOT analýzu. Vlastní praktickou část práce představuje kapitola třetí, čtvrtá a pátá. Autor shromáždil řadu užitečných informací pro analýzu marketingového prostředí Pivovaru Poutník, které nejsou logicky propojeny s analýzou interních faktorů např. subkapitolou 4.6.3. Analýzu externího prostředí pokládám za dobře zpracovanou. Závěrečná SWOT analýza má logické nedostatky. Autorovi nelze upřít snahu formulovat vhodný typ strategie. Návrhy pro jednotlivé nástroje marketingového mixu se jeví jako reálné, o některých je možné vést diskuzi (viz otázky do rozpravy k BP). V šesté kapitole je uveden marketingový výzkum. Podle cíle výzkumu patří výsledky dotazování více do oblasti marketingové situační analýzy, kde autor zjišťuje oblíbenost značky Poutník u spotřebitelů a zjišťuje postavení značky ve vztahu ke konkurenčním značkám. Z výzkumu není patrné, jak byl vybírán vzorek respondentů pro výzkum. Dotazník bylo možné rozšířit i o další otázky, např. zjištění přání zákazníků s ohledem na podporu prodeje apod. Přes uvedené připomínky práce jako celek splňuje minimální požadavky kladené na kvalifikační práce v bakalářském programu.

Otázky k obhajobě:

1. V práci je formulován návrh na rozšíření portfolia vyráběných značek Pivovarem Poutník v kontextu konkurence. Vysvětlíte návrh s ohledem na diferenciaci regionálních pivovarů, značek.
2. Pro komunikaci pivovaru doporučujete pouze rozšíření reklamy. Váš názor na aktivity podpory prodeje, která zpravidla patří do standardu komunikačního mixu na pивním trhu.
3. V závěru práce doporučujete rozšíření prodeje i na nové trhy, resp. zahraniční. Je pro Váš názor dostatečná kapacita výrobních možností pivovaru?

Datum: 21. 8. 2017

Podpis oponenta 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