

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: STRUHOVSKÝ PETR

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 vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Katedra marketingu a managementu 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):

Bakalářská práce řeší zajímavé téma trhu piva, konkrétně pro praktickou část autor vybral regionální DUP družstvo pivovaru POUTNÍK. Bakalářská práce svým rozsahem je nadstandardní, což koresponduje s cílem práce. Práce má standardní strukturu jednotlivých částí (část teoretickou a praktickou), které na sebe logicky navazují. První kapitola čtenáři představuje metodiku zpracování cíle práce. Ve druhé kapitole je provedena deskripce odborných zdrojů týkajících se marketingového managementu a marketingového mixu a marketingové situační analýzy. Při citaci zdrojů jsou v podstatě respektována základní pravidla podle citační normy. Drobná nepřesnost je u uvedení autorů Charles Revlona a Theodora Levitta (str. 11), kde jde pravděpodobně o převzaté citace z publikace KOTLER, P., KELLER, K.L. Marketing management. Ve třetí kapitole je nejprve představeno družstvo POUTNÍK, v další kapitole je provedena analýza marketingového mixu družstva. Kritická analýza stávajících marketingových nástrojů je provedena s využitím interních materiálů družstva a vlastní autorské znalosti zkoumaného družstva. V této souvislosti bylo možné do textu zařadit např. ukázky úspěšných realizovaných komunikačních kampaní. V kapitole je umístěna i část přibližující technologii vaření piva Poutník. Subkapitola 4.2 se věnuje marketingové situační analýze. Metodicky byly využity standardní metody pro externí i interní analýzu. Závěrem je zpracována SWOT analýza, která hodnotí postavení družstva na regionálním pivním trhu. Z hlediska cíle práce je analýza provedena korektně a je základem pro návrh marketingových nástrojů (strategie a marketingového mixu). Závěrem kapitoly jsou prezentovány výsledky vlastního marketingového výzkumu. Pro výzkum byl sestaven strukturovaný plán výzkumu. Nevyužitý potenciál je možné spatřovat v počtu otázek dotazníkového šetření (5 otázek, z toho 2 identifikační otázky). Výsledky výzkumu potvrdily hypotézu existence lokálního patriotismu ke značce Poutník v regionu Pelhřimov. Navržená marketingová strategie (v závěru práce) je založena na výsledcích jednotlivých analýz. Bakalářská práce může být využita pro marketingový management regionálního DUP družstva pivovaru POUTNÍK. Po formální stránce je práce zpracována pečlivě, obsahuje funkční tabulky, grafy a schémata, práce v zásadě respektuje Metodiku zpracování BP na VŠERS.

Otázky k obhajobě:

1. Výzkum u respondentů, zákazníků potvrdil tzv. lokální pivní patriotismus. Jde v tomto směru pouze o lokální patriotismus v regionu Pelhřimov nebo se jedná o standard u malých lokálních pivních značek?
2. Bude práce nabídnuta k využití pro marketingové řízení pivovaru POUTNÍK?

Datum: 4. ledna 2018

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	DOBŘÍ (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