

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Michaela Moudrá

Název bakalářské práce: Marketing ve firmě Řeznictví Moudrý a syn

Studijní obor – specializace: Marketing a management služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

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

Pracoviště a pracovní zařazení: externista

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):

Oceňuji výběr tématu bakalářské práce, jeho napojení na aktivity rodinné firmy a její další rozvoj. Je nepochybné, že studentka marketingovou problematiku prostudovala z literárních pramenů a konzultovala s marketingovými odborníky a vkládá sem i vlastní pohled na marketingový aspekt rodinného podnikání.

Teoretická část je pro účely bakalářské práce zpracována dobře dle relevantních zdrojů a tematicky připravuje čtenáře na praktickou část. Praktická část se, bohužel trochu chaoticky a nesystematicky, věnuje portfoliu firmy, SWOT analýze a popisu marketingového mixu firmy. SWOT analýza není kompletně zpracovaná, chybí ohodnocení faktorů vahami a z toho plynoucí správné navržené výsledné strategie. Marketingový výzkum je pro daný problém zpracován s určitými nedostatky, ale pro potřeby rodinné firmy je možné ho pokládat za adekvátní.

Studentka si jako cíl práce zvolila „plán marketingových aktivit firmy“. Tomuto se ale bohužel věnuje pouze v části Závěr. Je velká škoda, že plán aktivit nebyl vypracován více do hloubky a jednotlivým částem mixu nebyl věnován větší prostor v samostatné kapitole. Toto by dle mého názoru mohlo velmi pomoci i pro uplatnění v praxi rodinné firmy.

Otázky k obhajobě:

1. V teorii marketingového mixu uvádíte mimo jiné i procesy a materiální prostředí. Jak konkrétně byste tyto charakterizovala pro firmu Moudrý a syn? Je podle Vás zde prostor pro zlepšení?
2. Jaký je nejdůležitější poznatek z výzkumu pro firmu a jak ho využije dále při plánování svých aktivit?

Datum: 25. 4. 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	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 hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce