



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Oponent BP:

Ak. rok:

Hana Horáková

Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

2014/2015

Téma BP:

Využití nástrojů marketingového mixu ke zvýšení prodeje na trhu

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	4
2	Splnění cílů práce	2
3	Teoretická část práce	4
4	Praktická část práce (analytická část)	4
5	Praktická část práce (řešící část)	2
6	Formální úroveň práce	4
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		20

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Bakalářská práce na téma Využití nástrojů marketingového mixu ke zvýšení prodeje na trhu působí značně nepřehledně.

Samotná práce vychází z dostatečného počtu literárních zdrojů.

Stěžejní částí práce by mělo být zhodnocení všech částí marketingové mixu. Ve většině případů chybí konkrétní doporučení a vhodné náměty pro firmu:

a) **produkt**

Autorka popisuje výrobu piva, produktové portfolio, zmiňuje se o značce, obalu a plánovaném rozšíření produktového portfolia. **Žádný návrh na zlepšení zde není.**

b) **cena**

Cenové srovnání produktu s konkurenčními výrobci piva působí velice nepřehledně a bylo by vhodné srovnávat srovnatelné produkty a vyhodnocení provést do přehledné tabulky.

c) **distribuce**

V této kapitole jsou uvedeny některé zcela zbytečné informace (vyjmenovaná jídla studené kuchyně). V podkapitole 8.2.2 jsou návrhy, ale bez finančních nákladů a mnohé nesouvisí s kapitolou distribuce (televize, šipky).

d) **propagace**

Autorka popisuje jednotlivé typy propagace. U osobního prodeje není jasné, jestli využívá obchodního zástupce.

Návrhy na zlepšení jsou zde pouze reklama v rádiu a inovace webových stránek a využití FB. Není jasné, k jakému období se vztahují uvedené náklady na tvorbu webových stránek – s. 49.

Nevhodnou součástí této kapitoly je podrobný rozpis nákladů na připravovanou akci hasičů z Malenovic.

Zcela zbytečnou se jeví kapitola 11 Dotazníkový výzkum, která vůbec nesouvisí s tématem bakalářské práce.

Pokud by mělo být zhodnoceno dotazníkové šetření, tak byla chybně zvolena technika šetření, dotazník vyplnilo málo respondentů a mnozí z nich nepatřili do segmentu uživatelů piva.

Výsledek 7. otázky odporuje výsledkům otázky 4.

Chybnou otázkou je otázka č. 16. Pokud respondenti pivo nepijí a ani neznají, jak mohou doporučit pivo svým známým?

V práci jsou formální nedostatky, např. členění textu do odstavců (např. s. 34, 51), vyskytují se zde chyby gramatické (zejména čárky v souvětí) i stylistické (s. 42, 45, 46).

Poznámky:

- používání neodborných výrazů (např. výzkum prostřednictvím školy, většinou čepují ZŠ jako doplněk, kterým zdobí svůj sortiment)
- opakování slov ve větách (např. s.35)
- popis žluté barvy na etiketě (odkud byl čerpán popis barvy – psychologické vnímání)

Otázky k obhajobě:

1. Doplněte doporučení pro firmu, včetně finančních nákladů.
2. Co považujete za konkurenční výhodu pivovaru, piva Zlínský Švec?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

X

Práce nespĺňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).

Ve Zlíně dne: 6. května 2015



podpis hodnotitele BP