



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Oponent BP:

Ak. rok:

Ivana Juráňová

Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

2014/2015

Téma BP:

Marketingový plán společnosti SVIT Machinery s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	7
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	7
6	Formální úroveň práce	7
	CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)	45

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:

Téma bakalářské práce je v souladu se studovaným oborem. Práce vychází z dostatečného počtu literárních a internetových zdrojů, které jsou správně citovány. Teoretická i praktická část je v souladu a z hlediska rozsahu je vyvážená.

V úvodu praktické části je charakterizována společnost z hlediska historie i současné činnosti firmy.

Významnou součástí práce je kapitola „Situační analýza“. Zde autorka velmi přehledně a zodpovědně provedla PEST analýzu. Následuje analýza trhu a analýza odvětví. Byli vtipováni dva největší konkurenti firmy a stanovena její konkurenční výhoda.

Nechybí analýza zákazníků a dodavatelů. Produktové portfolio je analyzováno pomocí BCG portfolio analýzy.

Dostatečně je provedena analýza marketingového mixu a ostatních interních faktorů (firma, marketing, komunikace, technologie a informační systém, finanční situace).

Stěžejní částí je vypracování marketingového plánu. Na počátku této kapitoly je zpracována SWOT analýza se slovním komentářem. Autorka vhodně formuluje marketingové cíle a určuje marketingové strategie. Velmi dobře jsou zpracovány akční plány, které se týkají 3 oblastí marketingových činností (účast na veletrhu v Brně, renovace firemních webových stránek, vyhledávání nových zákazníků – direct e-mail, video spot pro obsluhu nového stroje). Marketingový plán obsahuje harmonogram činností, rozpočet na jednotlivé aktivity a kontrola plnění marketingových cílů.

V práci jsou menší formální nedostatky – tabulky na dvě stran (s.33, 54), drobné stylistické chyby.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

Otázky k obhajobě:

1. Byla firmou stanovena částka finančních nákladů?
2. Jak přijala firma Vámi navržený marketingový plán?

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: 15. května 2015

Kubišková

.....
podpis hodnotitele BP