

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: David Ťaptuch

Oponent bakalářské práce (BP): doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc.

Téma BP: Analýza marketingového řízení pivovaru Hasič

Ak. rok: 2022/2023

Poznámky k vyplňování posudku:

1. U hodnocení jednotlivých kritérií použijte následující stupnici: A – splněno velmi kvalitně, výrazně překračuje požadavky; B – splněno kvalitně; C – splněno bez výhrad; D – splněno s menšími nedostatky; E – splněno, ale s výraznými nedostatky; F – nesplněno.
2. Pokud je jakékoliv kritérium ohodnoceno stupněm F, práce musí být celkově hodnocena jako nevyhovující, která nespĺňuje kritéria pro obhajobu BP a nelze takovou práci doporučit k obhajobě.
3. Oponent BP se musí slovně vyjádřit ke každému hodnotícímu kritériu!

Hodnotící kritéria:	Hodnocení
1. Cíle a metody práce	E
<i>Komentář se zaměří na: srozumitelnost formulace cílů práce a použitých metod zpracování práce; zhodnocení cílů práce v souladu s tématem práce; zvolené metody a postupy použité pro naplnění cílů práce.</i> Bakalářská práce je zpracována v rozsahu 58 stran textu a jedné přílohy, obsahující etiketu piva. Téma BP a uvedený cíl se odlišuje od zpracovaného obsahu BP. Výstupem jsou návrhy marketingové komunikace směřující vně organizace, a je opomenuto marketingové řízení organizace; název a cíl BP se tedy mýlí se zpracovaným obsahem.	
2. Teoretická část práce	D
<i>Komentář se zaměří na: obsah kritické literární rešerše; vhodnost zvolených domácích a zahraničních zdrojů; způsob citování zdrojů adekvátním způsobem.</i> V literární rešerši jsou uvedeny zdroje teorie pro základní marketing, marketingové analýzy, podrobně popsáno pivovarnictví, ale chybí literární rešerše k tématu BP, tj. k marketingovému řízení organizace.	
3. Praktická část práce – analýza	E
<i>Komentář se zaměří na: využití poznatků z teorie, jejich vhodnost aplikace; dostatečný popis postupu aplikace metod práce; souhrnné zhodnocení současného stavu; dostatečnou podloženost závěrů analýz; náročnost sběru dat a jejich zpracování.</i> V BP je podána charakteristika organizace a jejích produktů, je podrobně zpracována analýza PESTEL, kde se autor správně zabývá i ekologickými vlivy, dále Porterova analýza pěti sil konkurence a SWOT analýza; jako zdroje informací je uváděn rozhovor s majitelem organizace, který však není zdokumentován. Není zpracován výzkum směřující k marketingovému řízení organizace.	

4. Praktická část práce – řešící / návrhová / výzkumná	E
<i>Komentář se zaměří na: návaznost řešící části práce na teorii a na výsledky analýz; podloženost návrhů odpovídajícími argumenty; splnění stanovených cílů. U BP s výzkumným zaměřením je nutno zaměřit se na diskuzi výsledků a jejich zhodnocení. Doporučení na zlepšení marketingového řízení se týkají doporučení marketingové komunikace, a mívají se tak s názvem a cíli BP. Uvedená doporučení vychází z pozorování studenta a nejsou podepřena kvalitně propracovaným výzkumem; doporučení student doplnil nákladovou, rizikovou a časovou analýzou ke každému návrhu.</i>	
5. Formální úroveň práce	D
<i>Komentář se zaměří na: logickou provázanost textu práce; použití správné terminologie; použití předepsané normy citování zdrojů; odpovídající jazykovou a grafickou úroveň. Zpracovaná BP se štěpí v názvu, stanovení cílů, a konečném obsahu, což naznačuje problémy s využíváním správné terminologie; jsou zpracovány analýzy: PESTEL, Porterova analýza a analýza SWOT. Po grafické stránce je BP zpracována úhledně.</i>	

Závěrečné hodnocení BP*	E
BP je možno navrhnout k obhajobě.	

* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce.

Otázky k obhajobě:

1. Vysvětlete, prosím, co představuje a jak je prováděno marketingové řízení organizace?
2. Vysvětlete, prosím, postup marketingového plánování v organizaci. Co jsou východiska marketingového plánování?
3. Kdo rozhoduje a zodpovídá za marketingové plánování v pivovaru Hasič?

Práce **splňuje** kritéria pro obhajobu BP. Práci **doporučuji** k obhajobě.

Datum 31.05.2023

Podpis oponenta BP