



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

Jméno studenta: Kristýna Lukešová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová strategie s využitím outsourcingu DMS s důrazem na zahraniční trhy

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Čechurová
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na návrh marketingové strategie pro vybranou firmu. Autorka solidně zpracovala teoretický úvod do problematiky, který je ovšem stejně jako práce celá negativně poznamenán častými překlepy či špatnou stavbou vět (např. „Philipa Kotler...“, „pro předsta je dobré“ obě str. 9, „prodloužení životní cyklu“ str. 10, „tato pozice není neobsazena“ str. 37, „při zpracování analýzy politického prostředí je potřeba posoudit její stabilitu“ str. 20). Autorka se dopouští i terminologických nepřesností např. str. 23 – „Silné a slabé stránky jsou součástí vnitřního prostředí, a to jak z makroprostředí i z mikroprostředí ...“. Nerozumím řazení podkapitol v kapitole 4, kde SWOT analýza předchází PEST analýze a Porterovu modelu 5 sil. SWOT analýza neobsahuje kromě obecných pojmů jako „expanze na zahraniční trhy v rámci EU“ konkrétní faktory plynoucí z provedené analýzy makroprostředí, která je uvedena později. Zařazení některých faktorů ve SWOT analýze je nepřesné např. příležitost = vytvoření marketingové strategie. V rámci ekonomického prostředí PEST analýzy je zcela pomínuta Česká republika, informace dalších zemí jsou obecné, nejdou do hloubky. Z části 4.2.2 plyne, že firma má pouze 5 zákazníků. V textu je místy zmíněna



finanční situace podniku, ale není začleněna do SWOT analýzy. V souhrnné tabulce 10 chybí celková suma, některé náklady uvedené v předchozím textu a komentář, zda je tento návrh pro firmu přípustný nebo bude muset být provedena případná úprava. Závěrečná kapitola neobsahuje návrh strategie v pravém slova smyslu, je spíše shrnutím předchozího textu. Z výše uvedených důvodů práci hodnotím jako „dobrou“.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Z jakého zdroje je myšlenka o strategii na str. 27, že strategie je konkurenční výhoda, přednost či potenciál?

Jsou cíle podniku na str. 38 definovány podle pravidla SMART, které je vymezeno v teoretické části? Pokud ne, pokuste se je podle pravidla přeformulovat.

Vysvětlíte zařazení následujících položek ve SWOT analýze (str. 40):

silné stránky – dobré postavení na trhu v ČR


slabé stránky – není dobře zmapován trh v oboru podnikání (analýza konkurence)

Konkrétněji rozveďte volbu strategie WT.

Str. 70 - u kalkulace nákladů používáte cenu benzínu 26 Kč/l - proč?

Str. 71 - vysvětlíte návrh "další zviditelnění by mohlo pro firmu znamenat založení profilu na sociální síti" vzhledem k trhu B2B, specifikujte cíle tohoto návrhu.

V Plzni, dne 30.01.2014


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).