

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

**Jméno studenta:** Bc. Karolina Lišková  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Analýza marketingových aktivit vybraného subjektu

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Předložená diplomová práce řeší problematiku marketingového pohledu na životní cyklus vybraného produktu/vybrané značky z portfolia velkého podniku, podnikajícího v oblasti prodeje a výroby piva a dalších nápojů. Práce v podstatě případovou studii (ovšem ne zcela respektující metodiku tvorby případové studie) závěrečných fází životního cyklu produktu/značky, a z toho vyplývající posuny v celém portfoliu produktů/značek vybraného subjektu.

Rešeršní část práce je zpracovaná standardním způsobem a odpovídá zaměření praktické části práce. Je zřejmé, že autorka má hlubokou znalost (podpořenou rozhovory s manažery společnosti) zkoumané problematiky a prezentuje velmi zajímavá data z prostředí zkoumaného subjektu. Stejně tak analýza makroprostředí je zpracovaná na odpovídající úrovni a autorka vždy popisuje i vliv jednotlivých

faktorů prostředí na zvolenou končící značku a jejího následovníka v portfoliu firmy. Oceňuji podrobně rozpracovaný pricing a také zobrazení životního cyklu produktu/značky - viz obr. č. 16 na str. 87.

Z hlediska formálního jsou některé grafiky méně kvalitní (např. obr. 8 a 9), některé jazykové obraty ne zcela odpovídají požadavkům na odborný text. Nicméně toto nejsou zásadní aspekty, které by ztěžovaly chápání obsahu práce.

Celkově je práce velmi dobře zvládnutá, nicméně do jisté míry postrádám např. primární výzkum (u spotřebitelů, nebo i prodejců), nebo aplikaci metody/modelu, který by dokázal "kvantitativně" zobrazit analyzované skutečnosti. Autorka vliv prostředí hodnotí především slovně, případně porovnáním dvou variant, avšak na úrovni diplomové práce bych ocenil i kvantifikaci jednotlivých jevů (př. scoring model a další), která by manažerská rozhodnutí podpořila (nebo právě naopak). Autorka popisuje danou situaci ex post, ale nedává návrhy na možné postupy, které by eliminovaly zjištěná nevhodná rozhodnutí managementu či dopředu upozornily na zásadní rizika takových rozhodnutí. Na druhou stranu je práce zpracovaná konzistentně, autorka klíčové jevy analyzuje odpovídajícím způsobem a i navržená rozhodnutí se zdají být relevantní, včetně odpovídajících výpočtů.

Práci hodnotím na pomezí klasifikačních stupňů výborně a velmi dobře.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

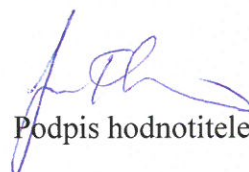
Bylo by možné vliv marketingového prostředí na značku Fénix (viz kap. 5.1) vyjádřit jinak než pouze slovně? Pokud ano, pokuste se takové hodnocení vlivu navrhnout.

Jaké analýzy (ukazatele) používá firma pro hodnocení a posuny v portfoliu svých produktů/značek?

Je v marketingové komunikaci (resp. při marketingovém plánování) subjektu využíváno konceptu person?

V závěru konstatujete (str. 98) mimo jiné, že trh pšeničných piv neměl v ČR vybudováno dostatečnou tradici. Jak je tomu nyní? Neměl by ale tak velký hráč, kterým zkoumaný subjekt je, mít dostatek trpělivosti právě v oblasti nových/innovativních produktů při jejich zavádění na trh, spíše než čekat na vytvoření dostatečné spotřebitelské základny (chápu-li tradici dobře)?

V Plzni, dne 24.5.2017



Podpis hodnotitele

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

<sup>2</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>3</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>4</sup> 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: Univerzitní 22 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).