

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Eliška Doušová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketingový plán vybraného podniku
Hodnotitel – oponent: Mgr. Hana Ovesleová Ph.D.
Podnik – firma: ZČU FEK

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

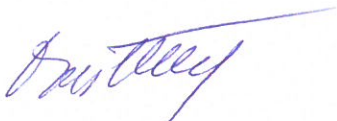
Předložená diplomová práce si klade za cíl sestavit marketingový plán pro společnost Green Bistro Lukáš Houška. Práce se v prvních dvou kapitolách zabývá teoretickým rámcem zpracovávaného tématu, v němž stručně a přehledně charakterizuje relevantní témata. Práce s citačním aparátem je standardní, jazyková i formální stránka textu je dobrá. Následující analytická část je ovšem zpracována poměrně vágně, bez potřebné hloubky, definice pojmů jsou zde chybně interpretovány, chybí odkazy na jakákoliv relevantní vstupní data, diplomantka se často dopouští kontroverzních tvrzení bez zřejmých odkazů na zdroje (např. o kvalitu a původ potravin se zajímají ženy a mladé dívky, muži upřednostňují výkon v závislosti na ceně). Charakteristika podniku, jeho polohy, portfolia produktů i klíčové osoby - majitele a provozovatele podniku - je podána poměrně obecně, ani jedna z podkapitol nenese známky detailnějšího rozpracování. Přímo součástí analytické části, která zhodnocuje současný stav má být i konkretizace položek marketingového plánu, nicméně navržená opatření nepříliš korespondují se současným stavem, nejsou podložena žádnými konkrétními daty a není dostatečně zdůvodněna jejich opodstatněnost případně efektivita, stejně jako chybí popis a zhodnocení aktivit, jimiž lze vytyčených cílů dosáhnout. Rozpočet navrhovaných aktivit je orientační, realizace většiny opatření stojí na majiteli, aniž by byl alespoň nastíněn rozsah jeho odborných kompetencí, podkladová finanční analýza není k dispozici. Kontrolní mechanismy zcela chybí. Kvalita práce tedy spočívá ve

poměrně zdařilé teoretické části, nicméně praktická část je pouze nepříliš zdařilým pokusem o aplikaci teorie do praxe. Práci doporučuji k obhajobě a hodnotím ji stupněm dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Vámi navrhovaný prováděcí program marketingového plánu pro rok 2019 obsahuje výběr aktivit, která doporučujete realizovat s cílem naplnění krátkodobých cílů. Můžete specifikovat na základě čeho jste dospěla k výběru právě těchto aktivit a jak tyto aktivity korespondují s vytvořenou SWOT analýzou?
2. Můžete upřesnit jaká vstupní data byla využita při stanovování priorit navrhovaných aktivit a jak byla analyzována jejich efektivita v závislosti na předchozí finanční analýze?
3. Můžete specifikovat znalostní bázi a rozsah odborných kompetencí provozovatele podniku?
4. Jakým způsobem byly analyzovány jednotlivé zmiňované zákaznické segmenty (VŠ studenti z nedalekých kolejí, studenti přílehlé Střední hotelové školy a učiliště potravinářského, či matky na mateřské dovolené využívající k relaxaci Borského parku)?

V Plzni, dne 21. května 2018



Podpis hodnotitele