



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Oponent BP:

Ak. rok:

Markéta Krajčová

Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

2013/2014

Téma BP:

Marketingový plán prodejny Barevná Louka

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	5
2	Splnění cílů práce	4
3	Teoretická část práce	5
4	Praktická část práce (analytická část)	4
5	Praktická část práce (řešící část)	4
6	Formální úroveň práce	1
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		23

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
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:

Bakalářská práce se zabývá návrhem marketingového plánu prodejny Barevná Louka.

Praktická část je v souladu s teoretickou a vychází z dostatečného počtu literárních zdrojů, které jsou správně citovány.

Velmi slabou stránkou bakalářské práce je úroveň práce po stránce formální. Autorka používá zbytečně dlouhá souvětí, která ztrácí smysl. Nejhorší však je, že absolutně nedodrží gramatická pravidla a v praktické části je téměř na každé straně jedna a více chyb, které jsou velmi závažné (shoda podmětu s přísudkem, vyjmenovaná slova, čárky v souvětích, velká a malá písmena). Na odbornou práci tohoto charakteru je to velký nedostatek.

Není zřejmé, jak se jmenuje prodejna. Autorka v textu využívá obě dvě formy: Barevná Louka nebo Barevná louka.

V úvodu praktické části popisuje společnost a její marketingový mix. V následující kapitole je provedena situační analýza vnitřního a vnějšího prostředí. Je zde plno gramatických chyb a některé věty nedávají smysl. Např. s. 49 „*Další rozdílly jsou patrné při porovnání dalších údajů, a vždy z toho vyplývají nepříznivé čísla ku prospěchu města.*“

Velmi nevhodně je provedena analýza konkurence, kdy měla být využita forma mystery shopping, která však je založena na subjektivním vnímání autorky bez předem určených a stejných kritérií pro všechny konkurenty. Bylo by vhodné srovnat konkurenty v tabulce podle kritérií (vnější vzhled prodejny, parkovací plochy, vnitřní vzhled prodejny, otvírací doba, šíře sortimentu, ceny, zaměstnanci atd.).

Dále následuje SWOT analýza.

Stěžejní částí práce je marketingový plán prodejny. U produktu je navrženo další rozšíření sortimentu o vážené zboží. U ceny je popisováno uplatnění slev na zboží, které však působí značně nesrozumitelně. Na s. 60 je zmiňováno zboží, které se nekupuje. V tomto případě by mělo být od dalšího odběru od dodavatelů upuštěno.

U komunikačních aktivit prodejny jsou uvedeny nové podněty, které jsou doplněny o rozpočet, ale u některých položek je nepřesný (reklama v regionální TV, plakáty, nájem za umístění banneru).

V textu jsou zmíněny věrnostní kartičky, ale není jasné, zda již věrnostní program funguje nebo je to nový návrh.

V závěru jsou nastíněny formy a metody možné kontroly plnění marketingových cílů.

Práce je na velmi nízké úrovni, ale přesto doporučuji práci k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

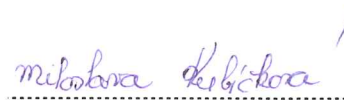
- 1) Jakou činností se zabývají majitelky prodejny?
- 2) Píšete, že prodejna musí mít každý měsíc zisk Kč 78 000. Tohoto zisku vždy podle Vás dosáhla, ale na obr. 5 vypadá situace úplně jinak. Vysvětlete.
- 3) Jakým způsobem jste přišla na náklady reklamy v regionální TV ve výši 735 Kč.

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.

Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).

Ve Zlíně dne: 6. května 2014



podpis hodnotitele