



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

oponent BP:

Ak. rok:

Kateřina Nešporová

Ing. Hana Brišová

201/2015

Téma BP:

Uvedení nového výrobku na trh firmou VITAR, s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	0
3	Teoretická část práce	6
4	Praktická část práce (analytická část)	2
5	Praktická část práce (řešící část)	2
6	Formální úroveň práce	6
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		24

Hodnocení jednotlivých kritérií:

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

V teoretické části práce některé kapitoly nekorespondují s částí praktickou, jako např. cílová skupina, analýza konkurence. Rozsah využitých zdrojů je dostačující. Citační norma je dodržena.

V praktické části práce má být řešena problematika uvedení nového výrobku na trh. V analýze marketingového mixu však popisujete dva produkty, přičemž cenová politika je navržena opět pro jeden produkt a to Nomaad Artivit Forte. Mám za to, že návrh marketingové strategie má být výstupem práce, nikoliv jako jedna z prvních kapitol spolu s návrhem marketingového mixu. Situační analýzy, které by měly sloužit jako východisko pro tvorbu marketingové strategie, jsou na konci práce. Analýza konkurence je pouhý výčet produktů jednotlivých konkurentů firmy, postrádá však jakékoli srovnání podle vybraných ukazatelů a výstup z této analýzy. Posloupnost jednotlivých kapitol postrádá logické členění. Obsah kapitol je bez věcného podkladu. V závěru práce jsou řešeny dílčí návrhy a doporučení, není ale naplněn cíl práce vyplývající ze zadání, a to návrh vhodné strategie k uvedení nového výrobku na trh.

Celá práce nedává smysl, působí zmatečně. Práce nesplňuje kritéria BP.

Otázky k obhajobě:

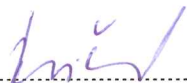
1. Jaká srovnávací kritéria jste použila u analýzy konkurence? Analýza se jeví jako výčet vyráběných produktů nikoliv jejich srovnání.
2. Co je předmětem marketingové strategie, které analýzy by jí měly předcházet?
3. Z jakých podkladů jste čerpala při tvorbě marketingového mixu, když jednotlivé analýzy byly provedeny až následně?

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: 11. 5. 2015



podpis hodnotitele BP