



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Jana Simetová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Návrhy na zefektivnění marketingového mixu ve vybraném podniku

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petřtyl, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

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 (řešeršní 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná práce je zaměřena na marketingový mix firmy, která působí v oboru autodopravy. Autorka definuje pouze hlavní, nikoli však dílčí cíle. Souhlasím s rozšířením marketingového mixu o P - lidé. Velmi oceňuji autorčin aktivní přístup a spolupráci při získávání informací přímo s majitelem firmy. Práce tohoto typu/tématu obvykle stojí před dilematem do jaké hloubky a míry detailu jít při zpracování jednotlivých částí. To se projevilo i v tomto případě. Vzhledem k tomu, že přímo název práce obsahuje termín "zefektivnění", by bylo dobré, kdyby došlo ke kvantifikaci přínosů jednotlivých návrhů - ať už jde o počítačové vybavení do vozového parku, tak o úpravy webu apod. – a srovnání s očekávanými náklady. Tématem do diskuse je také oblast akvizice nových zákazníků. Je škoda, že zde nezazněly návrhy jako například využití PPC reklamy ve vyhledávání + remarketing (standardně velmi účinná kombinace pro získávání nových zákazníků s možností postupné alokace mediálních nákladů).

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Můžete, prosím, alespoň orientačně kvantifikovat očekávané přínosy navrhovaných opatření a srovnat je s náklady?
2. Popište, prosím, schematicky proces akvizice nových zákazníků a ilustруйте možnosti, které v tomto smyslu nabízí firemní web ve spojení s reklamou ve vyhledávání. Dokážete odhadnout měsíční hledanost základních spojení, která pravděpodobně zadávají potenciální zákazníci do vyhledávače Google či Seznam?

V Plzni, dne 8. června 2020

Podpis hodnotitele