



MASARYKOVA UNIVERZITA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

OPONENTNÍ POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

I. Autor: Vojtěch Volf

Název: Marketingový plán

II. Cíl práce a jeho naplnění

Cílem bakalářské práce byla tvorba marketingového plánu podniku, práce je řešena systematicky a ústí k naplnění stanoveného cíle.

III. Obsahové zpracování a přístup k řešení práce

Předložená bakalářská práce je standardně členěna na část teoretickou a praktickou. Teoretická část poskytuje čtenáři sice stručnou, ale přehlednou rešerši poznatků týkajících se tvorby marketingového plánu. V úvodu praktické části je představena metodika řešení a způsob stanovení výzkumných otázek, které jsou vhodně zaměřeny s ohledem na jednotlivá 4P. Byť jsou vytyčené marketingové cíle značně ambiciózní, postup jejich definování je logicky odůvodnitelný. Na základě výsledků dotazníkového šetření uskutečněného mezi 213 zástupci cílové skupiny, realizovaného mystery shoppingu a dalších shromážděných informací byla provedena situační analýza vybraného podniku a následně došlo ke specifikování dílčích strategií, opět důsledně sledujících koncept 4P. Poté autor předkládá návrh akčních opatření včetně harmonogramu a rozpočtu, čímž byla završena tvorba marketingového plánu.

IV. Formální náležitosti práce a úprava

Práce splňuje veškeré požadavky na formální náležitosti, i když se v textu občas vyskytují překlapy, dílo je úhledné a čtivé. Autor využívá dostatečný počet zdrojů, včetně cizojazyčných.

V. Připomínky k práci

Jedinou připomínku mám ke koncepci situační analýzy, ve které chybí analýza makroprostředí (např. PESTLE), avšak vzhledem k precizně provedeným ostatním analýzám, jež mají na návrh marketingového plánu skutečně zásadní vliv, nepovažuji toto za nedostatek, který by se negativně projevil na kvalitě celé práce.

VI. Otázky doporučené k bližšímu vysvětlení při obhajobě

V rámci SWOT matice jste mezi příležitosti zařadil „spolupráci s jinými podniky“, avšak dále jste s touto položkou nepracoval. Můžete vysvětlit, o jaký typ spolupráce by se jednalo, aby napomohla k naplnění stanovených cílů?

VII. Závěr

Předložená práce „Marketingový plán“ splňuje obsahové i formální nároky na závěrečné práce kladené. Vzhledem k uvedenému hodnocení **navrhuji klasifikaci „A“**.

Ing. Ladislava Kuchynková, Ph.D.
oponent práce

V Brně dne 20.5.2015

