

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Václav Ženíšek

Název bakalářské práce: Návrh marketingové strategie pro poskytovatele internetových služeb

Cíl práce: návrh marketingové strategie pro poskytovatele internetového připojení a kabelové televize na základě analýzy tržního prostředí a vlastní kreativity.

Jméno vedoucího bakalářské práce: Mgr. Tomáš Žižka

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce		X		
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu			X	
Hloubka provedené analýzy			X	
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce		X		
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		X		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady		X		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		X		
Formulování vlastních názorů studenta			X	
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		X		
Stylistická úroveň práce		X		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací		X		
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací			X	

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

1. V úvodu práce uvádíte, že cílem práce je analýza současného postavení firmy na trhu... K jakým závěrům jste došel z tohoto hlediska?
2. Co považujete za klasické marketingové nástroje?

Práci doporučuji k obhajobě.

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře minus

Datum: 21. 5. 2018

Žižka

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce



Slovní hodnocení bakalářské práce

Bakalářská práce s názvem Návrh marketingové strategie pro poskytovatele internetových služeb se dělí na teoretickou a praktickou část. Obě části jsou pojaty stručně, nicméně předepisovaný počet stran je dodržen. Teoretická část se zaměřuje na vysvětlení základní pojmů souvisejících se zaměřením práce. Autor se zde odkazuje především na česky psanou literaturu a zdroje.

V praktické části je z pohledu cíle práce důležitá zejména kapitola 2.6, ve které autor hodnotí účinnost jednotlivých marketingových kroků z pohledu nárůstu zákazníků společnosti TETA, s.r.o. Bohužel informace zde uvedené nejdou příliš do hloubky. Práce obsahuje také SWOT analýzu, kterou by ale bylo lepší zpracovat přehlednější grafickou formou. Autor se až přespříliš věnuje popisu společnosti TETA, s.r.o., ve které působí v rámci roční řízené praxe a naopak návrhu vhodných marketingových strategií je věnováno poměrně málo prostoru. Při zpracování se autor nevyhnul některým formálně-grafickým nedostatkům, například text na obrázku na straně 13 je špatně čitelný.

Přes uvedené nedostatky doporučuji práci k obhajobě a hodnotím klasifikačním stupněm: **velmi dobře minus.**