



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Jan T u n k a

Název diplomové práce: Marketingový mix podniku internetového obchodu

Cíl práce: na základě provedené analýzy navrhnout marketingový mix a možnosti zlepšení fungování podniku internetového obchodu.

Jméno vedoucího diplomové práce: doc. Ing. Jozefína Simová, Ph.D.

	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 diplomantem		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	

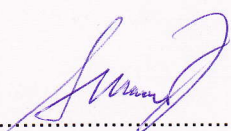
Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Vysvětlíte prosím pojmy e-commerce, e-business a e-shop a nástroje internetového marketingu (str. 38).
2. Popište prosím metodologii provedených výzkumů.
3. Upravte internetový marketingový mix firmy dle Vámi zjištěných poznatků.

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 12. 5. 2014


.....
Podpis vedoucího diplomové práce



**Další hodnocení a připomínky k diplomové práci uveďte, prosím, na druhou stranu posudku.**

Diplomová práce se zabývá návrhem marketingového mixu pro potřeby firmy Vsport, která podniká v oblasti internetového prodeje.

Diplomant v práci vychází z teoretických poznatků z oblasti marketingového mixu. Tuto kapitolu velmi dobře a logicky strukturoval. V úvodu představuje marketingový mix obecně a správně zdůrazňuje jeho využití v oblasti taktického marketingového řízení podniku. Následně zmiňuje podstatu internetového marketingu a marketingového mixu. Teoretickou část uzavírá problematika internetového obchodu. Přestože se v této části vyskytují menší nedostatky (viz položené otázky), lze ji považovat za zdařilou. Oceňuji, že diplomant setrval u řešené problematiky a nesklouzl k obsáhlému popisu toho, co souvisí s marketingovým mixem, tj., marketingovou strategií a strategickým plánováním.

Analytická část je zaměřená na samotný internetový obchod Vceldashop.cz (SWOT analýza a analýza marketingového mixu), jeho zákazníky a konkurenci. Pro potřeby analýzy student vhodně zvolil dva malé marketingové výzkumy – jeden zaměřen na problematiku nakupování na internetu a druhý na benchmarking podniku internetového obchodu Vceldashop.cz s vybranými konkurenty. Vzhledem k tomu, že metodologie obou výzkumů není v práci dostatečně popsána, doporučuji diplomantovi, aby tyto informace doplnil v rámci své obhajoby. Z uvedeného důvodu je obtížné posoudit relevantnost získaných informací. Přesto lze přístup diplomanta ke zpracování řešené problematiky hodnotit pozitivně – provést dané výzkumy byl správný počín.

Jako nejslabší se jeví závěrečná část práce věnovaná návrhu marketingového mixu. V této části si student správně vytýčil cíle, které byly definovány na základě provedené analýzy. Ve svých návrzích se bohužel omezil pouze na návrhy možných zlepšení.

Diplomant pracoval velmi samostatně. Dokázal dobře zvolit koncepční přístup k řešení zadání diplomové práce. Navržené možnosti zlepšení fungování internetového obchodu Vceldashop.cz lze považovat za opodstatněné, reálné a uskutečnitelné.

