

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Bára Semiánová

Název diplomové práce: Návrh marketingové strategie malého a středního podniku

Cíl práce: Hlavním cílem DP je návrh marketingové strategie malého a středního podniku, konkrétně pro její e-shop.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Jaroslava Dědková, 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		
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			x
	Posouzeno s výhradami			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Jak velký podíl celkových nákladů firmy tvoří Váš návrh nákladů pro e-shop a další komunikační nástroje?
2. Jak by mohl vypadat přímý marketing pro získání a oslovení nových návštěvníků? Na jaký segment zákazníků byste jej zaměřila?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře mínus

Datum: 27. 4. 2019

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



DP je zaměřena na návrh marketingové strategie malého a středního podniku. První část je zpracována pomocí literární rešerše a slouží jako podklad pro praktické zpracování návrhové části. Studentka vymezuje marketingové prostředí, základní marketingové strategie a především internetový marketing. Praktická část práce je věnována vybranému podniku JaP-Jacina Trade s.r.o., jeho situační analýze a především podrobné analýze e-shopu.

Studentka podrobně popisuje využití e-shopu, porovnává jeho finanční výsledky v letech 2017 a 2018 a v závěru diplomové práce navrhuje marketingovou strategii zaměřenou na efektivnější komunikaci e-shopu. Bohužel DP je zaměřená pouze na e-shop, ostatní nástroje marketingové komunikace jsou v práci popsány jen velmi povrchně.

Práce má 94 stran, přílohy v práci nejsou uvedené. Diplomová práce má velmi podrobnou analytickou část, nicméně návrh marketingové strategie je velmi stručný.