



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

oponent BP:

Ak. rok:

Veronika Káčerková

Ing. Petra Hanáková

2013/2014

Téma BP:

Marketingový mix PROFIRE s.r.o. pro službu požární ochrana

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	8
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	8
6	Formální úroveň práce	8
	CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)	48

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Autorka se ve své bakalářské práci zabývá problematikou marketingového mixu zvolené společnosti pro danou službu. Autorka popsala současný marketingový mix společnosti a na základě zjištěných dat a SWOT analýzy navrhla doporučení v oblasti marketingového mixu. Autorka tak splnila cíl bakalářské práce.

V teoretické části bakalářské práce autorka popsala problematiku služby z marketingového hlediska a podrobně popsala jednotlivé prvky marketingové mixu služeb. Teoretická východiska práce obsáhla autorka po obsahové i odborné stránce dostačujícím způsobem.

V praktické části autorka obsáhle představila společnost Profire s.r.o., její historii, konkurenci a specifikovala nabízené produkty a služby. Zpracovala analýzu jednotlivých částí marketingového mixu a provedla SWOT analýzu. Na základě zjištěných údajů navrhla doporučení, která mají vést ke zlepšení částí marketingového mixu společnosti. Doporučení mají obecný charakter, před jejich realizací by byla nutná hlubší analýza.

Po stylistické a formální stránce je bakalářská práce na dobré úrovni.

Otázky k obhajobě:

1. Autorka doporučuje pro oslovení nových zákazníků využití sociální sítě Facebook. Proč se domnívá, že tato propagace může vést k získání nových zákazníků vzhledem ke specifiku nabízené služby?
2. Autorka uvádí jako možnou příležitost změnu sazby DPH. Jakým způsobem si autorka představuje příležitosti plynoucí ze zvýšení nebo snížení sazby DPH?
3. Autorka doporučuje zřízení oddělení marketingu. Jakým způsobem jsou v současnosti zajišťovány marketingové aktivity?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není/je plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 3.9.2014



podpis hodnotitele BP