



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí BP:

Ak. rok:

Kateřina Nešporová

Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

2014/2015

Téma BP:

Uvedení nového výrobku na trh firmou VITAR, s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	6
2	Splnění cílů práce	2
3	Teoretická část práce	4
4	Praktická část práce (analytická část)	3
5	Praktická část práce (řešící část)	2
6	Formální úroveň práce	6
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		23

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
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:

Teoretická i praktická část práce není v některých bodech v souladu, např. v teoretické části není popsána konkurence.

Práce vychází z dostatečného počtu literárních a internetových zdrojů.

V praktické části nejsou kapitoly v logickém pořadí, nejprve by měly být provedeny analýzy, stanoven marketingový mix a určeny strategie pro cílové skupiny.

V praktické části je představena firma VITAR, s.r.o., zejména její strategie, etický kodex a produktové portfolio. Další kapitola popisuje stávající marketingový mix.

Hlavní částí práce je analýza uvedení nového výrobku na trh. Je popsána cílová skupina, dále je charakterizováno tržní a konkurenční prostředí firmy pomocí Porterova modelu pěti sil.

Autorka práce popisuje konkurenční firmy a produkty, které mají podobné složení a účinek jako Nomaad Artivit. V žádném případě se nejedná o analýzu konkurence, ale jen o výčet konkurentů a jimi vyráběných výrobků.

V další kapitole je provedena PESTE analýza a SWOT analýza včetně slovního komentáře.

V kapitole návrhů a doporučení firmě jsou uvedeny náměty na zlepšení marketingové strategie, ale ani u jednoho z návrhů nejsou uvedeny finanční náklady (např. polepy firemních automobilů, sponzoring pořadu ČT „Chcete mě?“).

Otázky k obhajobě:

1. Co je konkurenční výhodou produktu Nomaad Artivit? Čím se liší?
2. Vysvětlíte poslední odstavec na s. 46 – 10.5 Hrozba substitučních výrobků.
3. Jak si stojí produkt z hlediska ceny mezi ostatními konkurenty? Doplňte informace.

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

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

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

Ve Zlíně dne: 14. května 2015

Kubičková

podpis hodnotitele BP