



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Gabriel Robek

Vedoucí/oponent BP:

Ing. Petra Hanáková

Ak. rok:

2013/2014

Téma BP:

Zjištění možnosti vstupu pro fiktivní firmu na trh s fotografickými službami

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	6
3	Teoretická část práce	7
4	Praktická část práce (analytická část)	6
5	Praktická část práce (řešící část)	6
6	Formální úroveň práce	7
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		40

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:

Autor se ve své bakalářské práci zabývá analyzováním tržního prostředí a zjišťováním možností pro zvolenou oblast podnikání. Analyzoval současnou situaci na zvoleném trhu v daném regionu a pro zjištěné mezery na trhu sestavil marketingový mix, s jehož pomocí má dojít k jejich vyplnění. Autor splnil cíl bakalářské práce.

V teoretické části bakalářské práce autor popsal mikro a makro prostředí organizace, Porterovu analýzu a PEST analýzu. Věnoval se specifikům marketingu služeb a jejich marketingovému mixu. Výchozí literaturu autor ve velké míře doplnil o další autory. Teoretická východiska práce obsáhl po obsahové i odborné stránce dostačujícím způsobem.

V praktické části autor provedl analýzu trhu s fotografickými službami ve zvoleném regionu. Provedl analýzu konkurence a zákazníků. Provedl Porterovu analýzu a PEST analýzu makroprostředí. Na základě těchto analýz navrhnul rozšířený marketingový mix, který by měl vést k zahájení podnikatelské činnosti.

Marketingový mix je hodně obecný a některá doporučení mohou být kontraproduktivní. Zcela chybí alespoň hrubý odhad nákladů spojených s realizací doporučení. Cenové doporučení vychází z ceníkových cen konkurence, ale ty nemusí být zcela vypovídající (slevy, doprava, bonusové služby atd.). Dále např. cílovou skupinu maturantů autor definuje počtem tříd a ne žáků, ale následně má cenové doporučení uvádějící cenu za kus. U identifikace slabin konkurence autor vychází spíše ze subjektivního pocitu, než z reálných dat. Je tedy otázkou, zda by při dodržování navrženého marketingového plánu firma skutečně generovala zisk, jak uvádí autor.

Po stylistické a formální stránce je práce na dobré úrovni.

Otázky k obhajobě:

1. Autor při zkoumání konkurence zcela opomenul možnost konkurentů z oblastí sousedících se zkoumaným regionem. Vnímá autor potenciální hrozbu i ze strany takových konkurentů a v jaké oblasti nejvíce?
2. Autor neuvedl v práci náklady spojené s navrženou propagací. V jaké výši by je pro realizaci daných opatření odhadnul, a ve kterém z návrhů vidí největší potenciál pro získání zákazníků?
3. Jaké jsou dle autora největší překážky pro vstup nového subjektu do zkoumaného tržního segmentu?

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: 14. 5. 2014



podpis hodnotitele BP