

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tomáš Krajčovič

Název práce: Marketingový mix společnosti HERVIS Sport a móda, s. r. o.

Cíl práce: rozbor stávajícího marketingové mixu a na základě zvolených metodologických postupů navrhnout jeho změny a úpravy, které povedou ke zlepšení chodu společnosti a jejího hospodářského výsledku, zvýšení kvality poskytovaných doplňkových služeb a lepší komunikaci s potenciálními zákazníky.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – cíl práce byl splněn v dostatečném rozsahu. Práce je kvalitní, prakticky využitelná.
- Samostatnost při zpracování tématu – student pracoval samostatně, svědomitě, pravidelně konzultoval s vedoucím práce.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická vzhledem ke zvolenému tématu.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 53 zdrojů, z toho 5 zahraničních, čímž výrazně přesahuje minimální stanovené požadavky na bakalářskou práci. Teoretická část však obsahuje několik nedostatků, které jsou uvedeny níže – viz připomínky.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou adekvátní a vhodné. Zpracované analýzy jsou kvalitní a správně vytvořené.
- Hloubka tematické analýzy – Jak teoretická část tak praktická je zpracována dostatečně do hloubky, zejména kladně hodnotím podrobně zpracované analýzy. Vyskytují se však v práci drobné nedostatky s ohledem na využití zdrojů v teoretické části (viz níže připomínky) a nesprávné zařazení určitých nástrojů do marketingového mixu.
- Úprava práce – v práci se vyskytují občasné drobné překlepy, pravopisné chyby, popř. odkazy na příslušné analýzy.
- Stylistická úroveň – stylistika je slabou stránkou této práce. Týká se to především stylistického jazyka a použitých výrazů v práci – viz níže připomínky.

Připomínky:

V abstraktu pravopisná chyba – „... potřebných informací, které mi umožnili ...“

Str. 13 – nesprávné skloňování – „... stahovaly mračna ...“

Autor často využívá výrazy, které nejsou příliš vhodné pro akademickou práci, např. „... ve sledovaném období stahovaly mračna ...“, „Je tedy nad slunce jasné ...“, nebo na str. 38, kde se jedná spíše o marketingové sdělení zákazníkům – „K tomu, aby lidé mohli pečovat o svoji fyzickou schránku, pochopitelně potřebují odpovídající vybavení. V takovém okamžiku na scénu přicházejí obchody typu Hervis, které Vám svojí nabídkou kvalitního sportovního náčiní a oblečení umocní dobrý pocit z vykonané fyzické aktivity.“, a další.

U odkazů na zdroje při citaci v textu se nepoužívá název díla daného autora, nýbrž pouze jeho příjmení.

V teoretické části by bylo vhodné doplnit v kapitole *Produkt* také klasifikaci sportovního produktu a zdůraznit, na jaký typ produktu se práce, resp. zkoumaná společnost zaměřuje.

Je znatelné, že celá teoretická část je zpracována především z jedné publikace, jejímž autorem je Philip Kotler, nicméně autor vhodně doplňuje vlastní text a tvorbu. I přesto je třeba volit více zdrojů tak, aby byla řešerše pestřejší.

V metodologii chybí odkaz na zpracovanou PEST, SWOT analýzu i analýzu konkurence, stejně jako odkaz na popis hodnocení v analýze konkurence.

Internetový obchod je zmíněn až v nástroji *propagace*, nicméně patří zejména do nástroje *distribuce*.

Autor často kombinuje stylistické jazyky – „já“ a „my“, dále pak některá shrnutí uvádí „rád bych vyzdvíhl“, „rád bych uvedl“, apod.

Str. 69 – nejspíš překlep – „... výprodejových akcií ...“ (spíše má autor namysli akce, nikoliv akcie)

Otázky k obhajobě:

1. Z jakého důvodu nebyla mezi konkurenty zařazena síť obchodů Decathlon (která je však dále v práci zmiňována)?
2. Budou, nebo již byly výsledky práce komunikovány s vedením společnosti Hervis? Pokud ano, s jakým výsledkem?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

V Praze dne 9.9.2014

.....
Mgr. Josef Voráček