

# POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta:** Jan Kušta

**Název práce:** Marketingový mix kamenné prodejny a e- shopu Sporticus

**Cíl práce:** Cílem bakalářské práce je zhodnotit marketingovou činnost kamenné prodejny a e-shopu Sporticus a navrhnout zlepšení.

**Jméno vedoucího:** PhDr. Vladimír Janák, CSc.

**Zaměstnavatel a funkce vedoucího:** FTVS UK, asistent

## 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	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

## Praktická využitelnost zpracování:

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

## Hodnocení:

Diplomant si aktivně sám vybral téma, ke kterému má osobní vztah a má přímé praktické uplatnění pro konkrétní prodejnu. Pracoval velmi samostatně a přiměřeně konzultoval. Je třeba ocenit, že práce je tvořena na zcela praktickou objednávku a zcela v souladu s potřebami podniku.

V teoretické části projevuje autor svá stanoviska a syntetizuje druhotné data do přehledných schémat. Přínosná jsou nejen vlastní stanoviska (např. s.14,15), ale zejména vlastní zpracování teoretických problémů (např. s.28)

V této části prokázal autor dobrou schopnost zacházet s literaturou, která má dostatečný rozsah, ale velmi svědomitě a pečlivě citace. Sice některé zdroje jsou uváděny častěji (Kotler), ale to považuji za přiměřené a seriózní. Jazyk je čtivý, i když v některých pasážích zcela nedrží vědeckou formu. Častěji se objevuje první osoba, ale to je při vyjadřování vlastních stanovisek poměrně přirozené.

Vlastní výzkum opravdu poctivě zpracovává informace přímo z prodejny a distribuční sítě Sporticus. Je poznat, že pisatel je v této problematice zcela ve věci, vyzná se, a že celý projekt je konzultován a prováděn ve prospěch majitele, resp. firmy. Ocenit je třeba zejména

pracné vlastní analýzy při prezentaci funkce této prodejny ( např. způsob doručení, způsob platby atp. s. 50 – 53.)

Zvolené metody pro vlastní výzkum považují za adekvátní cílům. Otázky byly evidentně konzultovány s majiteli prodejny a mají přímý dopad na marketingová opatření prodejny (viz s.65).

Na druhé straně je třeba konstatovat, že práce trpí určitou nepřehledností a ne zcela logickým řazením kapitol. Oproti tomu sama grafická úprava je velmi pěkná a je třeba ohodnotit i řadu doplňujících a ilustrujících obrázků.

Slabinou je chybějící diskuze SWOT analýzy. Naopak silnou stránkou BP jsou navrhovaná opatření pro zlepšení marketingového mixu. Velmi zevrubná diskuze je provedena s hlubokou znalostí prostředí, s přehledem a jeví se jako velmi realistická. Z čistě vědeckého a trochu formálního pohledu je však zřejmé, že některé návrhy nemají reálný podklad ve výsledcích výzkumu a jsou navrhovány trochu intuitivně (např. navrhované věrnostní slevy na s. 72).

Tím však nechci snižovat evidentní přínos a velkou pracnost celého projektu. Nadstandardní jsou například vlastní návrhy (dokonce v grafické podobě) vlajkových poutačů, což je třeba ocenit. (s. 74). Určité prohršky spadají spíše na vrub logické stavby a jisté nepřehlednosti práce.

Celkově je BP určitě přínosná a dobře využitelná pro danou firmu, má v mnohých aspektech značnou nápaditost. Svým nadprůměrným rozsahem i obsahem překračuje obvyklý standard.

#### **Připomínky** kromě výše uvedených:

1. Některé výklady v teoretické části se přímo netýkají obsahu BP a působí poněkud schematicky, nebo nadbytečně (např. obchodní vztahy v e-bussiness, s. 30-32, nebo typy a metody výzkumu s.32 -41).
2. Kapitola 5. Sporticus je už součástí prezentace výsledků a měla být oddělena od teoretických východisek graficky výrazněji.
3. Přestože vlastní grafická úprava je pěkná, členění kapitol není zcela perfektní. Metodická část se občas prolíná s výsledky, chybí operacionalizace dotazníku a některé věci se naopak opakují. Asi by bylo přehlednější prezentovat jednotlivé metody přímo před prezentací daného typu výsledků. Mírná nepřehlednost metodiky vzhledem k výsledkům.
4. Chybí jakákoli diskuze SWOT analýzy. Také bezprostřední diskuze výsledků měla mít v mnoha případech hlubší záběr. Absence (někdy hlubší) diskuze považují za docela závažný problém, který snižuje zbytečně(!) celkově velmi nadprůměrnou úroveň práce.
5. Některé grafy v diskuzi spíše patří analýzy či prezentaci výsledků, nikoli do diskuze (viz připomínka 3.)

#### **Otázka k obhajobě:**

1. Na základě čeho, jakých podkladů jste odhadoval výši navrhovaných slev (s. 72)?
2. Čím byste vysvětlil rozdíl mezi počtem prodejů a objednávek v únoru (s. 82) ?

#### **Práce je doporučena k obhajobě.**

Práce svým rozsahem i obsahem splňuje nároky, kladené na bakalářskou práci. Doporučuji ji k obhájení.

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

*Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.*

V Praze dne: 7.5. 2017

PhDr. Vladimír Janák, CSc.