

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

**Jméno studenta:** Bc. Tomáš Chlopčík  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Návrh marketingové strategie pro firmu prodávající řešení v oblasti kotlů na tuhá paliva

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**výborně**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Předložená diplomová práce se zabývá návrhem marketingové strategie pro společnost pohybující se na trhu kotlů na tuhá paliva. V této společnosti byl na FEK ZČU v roce 2016 řešen smluvní výzkum (inovační voucher) a autor práce byl součástí řešitelského týmu. Témata řešená v rámci smluvního výzkumu dále rozvinul ve své diplomové práci, ve které ale vhodným způsobem prezentuje i výstupy své práce v rámci řešitelského týmu daného smluvního výzkumu.

V prvních pěti kapitolách se autor věnuje teoretické rešerši, která principiálně pokrývá v práci řešenou tematiku, přičemž spíše v menší míře využívá zahraničních zdrojů. V kapitole 6 je představen subjekt,

kapitola 7 obsahuje situační analýzu společnosti, v kapitole 8 autor navrhuje marketingovou strategii, v další kapitole analyzuje rizika návrhu a v kapitole 10 prezentuje návrhy pro controlling tohoto plánu. Z hlediska formálního a jazykového eviduji v práci malé chybičky. Ne zcela standardní jsou také např. "ad a)" v kap. 7.2.5 či v kap. 10.

Oceňuji praktické přínosy analýz autora práce pro firmu, např. obr. č. 14-16, resp. především odpovídající databázi kontaktů a zákazníků, která je na pozadí a autor pro firmu vytvořil, čímž přispěl k dílčímu zkvalitnění analytických procesů ve firmě. Analytická část práce je zakončena možnými návrhy strategií pro firmu.

V návrhové části autor vychází ze strategických cílů firmy a svých doplnění těchto cílů - viz str. 34. Nicméně aktuální obchodní model společnosti je poměrně složitý, firma využívá prostředníků a zprostředkovatelů (v různých fázích), tedy vlastně mnoho svých výrobků směřuje ke koncovým zákazníkům přes B2B trhy, jimž autor práce v návrzích nevěnoval příliš prostoru. Pak i návrh marketingové strategie je třeba posoudit jako důležitý doplněk k současným aktivitám, který je v souladu s požadavky firmy, ale právě část věnovaná B2B trhu pak chybí pro to, aby mohla být marketingová strategie považována za komplexní. Na druhou stranu oceňuji konkrétní rozpracování PPC kampaně apod., i když se jedná o návrh spíše operativního charakteru.

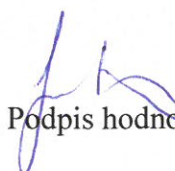
S ohledem na znalost firmy i postup zpracování práci navrhuji práci hodnotit ještě klasifikačním stupněm výborně.

#### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>

Vámi navrhovaná strategii v oblasti komunikace firmy je spíše push nebo pull strategií? Realizuje firma (nebo máte vlastní návrhy), které by naplňovaly strategii opačnou? Je totiž běžné, že firmy oba strategické postupy kombinují.

Ve SWOT analýzy nalézáte ve vnitřním prostředí firmy (SW) klíčové aspekty především oblasti organizační, finanční a produktové. Existují nějaké další slabé stránky firmy (a tedy přeneseně i rizika pro strategii) vyplývající z jejího vnitřního prostředí?

V Plzni, dne 24.5.2017



Podpis hodnotitele

---

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

<sup>2</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>3</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>4</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Univerzitní 22 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).