

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**  
**Fakulta filozofická**  
**Katedra germanistiky a slavistiky**

**PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
**(Posudek vedoucího)**

Práci předložila studentka: Adéla Ratajová  
Název práce: Marketingstrategie der Aktiengesellschaft  
ADP Employer Services Česká republika a.s.

Hodnotil: Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

#### 1. CÍL PRÁCE:

Bakalářská práce pojednává o marketingové strategii společnosti ADP Employer Services Česká republika a.s. Jedná se o téma relevantní jak z hlediska studovaného oboru *Cizí jazyky pro komerční praxi*, tak z hlediska třetí role univerzity, neboť s uvedenou firmou FF ZČU dlouhodobě spolupracuje (mj. exkurze a semináře pro studenty, školení na téma *Německé mzdové účetnictví*, konzultace kvalifikačních prací). Podobně formulované téma tedy ideálně propojuje profesně orientované studium s podnikovou praxí v regionu (společnost působí v oblasti personálních a mzdových služeb, mj. přímo v centru Plzně). Cílem práce je posoudit efektivnost uplatněné marketingové strategie a formulovat tipy, jak strategii případně upravit či inovovat. K tomuto užila autorka analýzu SWOT, dále provedla expertní rozhovor a doplňkově čerpala z informací na internetových stránkách (hodnocení zaměstnanců i zákazníků) a z názorů dvou osob, které firmu navštívily. Cíl práce byl splněn.

#### 2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:

Teoretická část je založena na rešerši v tištěných a online zdrojích. Volbu zdrojů české i německé proveniencí (s. 67) lze hodnotit jako zdařilou. V teoretické části (kap. II.) autorka postupuje v kapitolách od obecného ke konkrétnímu; od pojmu marketing a jednotlivých marketingových nástrojů (kap. 3.1) přes marketingovou analýzu (kap. 3.2) až po představení konkrétních marketingových nástrojů (kap. 3.3). V takto prakticky zaměřené bakalářské práci je účelné, že již do části teoretické vstupují konkrétní příklady, např. poskytování slev (s. 15), formy distribuce (s. 21), analýza SWOT s modelovou kvantifikací (s. 35). Představení společnosti ADP Employer Services Česká republika a.s., nabídka dané společnosti a nástroje public relations se objevují v praktické části (kap. 4.1). Následuje vlastní analýza SWOT, expertní rozhovor přeložený do německého jazyka (výchozí český text se nachází v příloze č. 1), komentář k tomuto rozhovoru a zhodnocení činnosti společnosti ADP Employer Services Česká republika a.s. na základě vybraných kritérií (kap. 4.2). Autorka jde ve svém šetření však ještě dále; formuluje návrhy na inovaci marketingové strategie a uvádí konkrétní možná opatření pro zlepšení pozice společnosti na trhu. Zároveň si je vědoma, že každá strategie má nejenom výhody, ale přináší i určité obtíže. Tímto zároveň uznává, že je limitována omezeným přístupem k informacím o finanční situaci společnosti, aby mohla pro další rozvoj společnosti formulovat jedinou strategii: „*Diese Marketingstrategien sind nur Varianten, die ein Unternehmen verwenden kann. Um die beste Strategie auszuwählen, muss man mehr interne Daten über die aktuelle Situation des Unternehmens kennen. Zum Beispiel Finanzdaten (Gewinn- und Verlustrechnung), Marktposition und andere Faktoren, nach denen das Unternehmen dann die passende Strategie auswählt*“ (s. 62). Díky schopnosti přemýšlet v ekonomických souvislostech autorka ukazuje možné cesty dalšího vývoje a přispívá k praktické využitelnosti bakalářské práce.

#### 3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA:

Práce je psaná v německém jazyce. Grafická podoba je na výborné úrovni. Text je ilustrován pěti vyobrazeními, sedmi tabulkami a jednou grafikou. Přílohy č. 1-4 v závěru práce jsou funkční. Citace a odkazy na literaturu jsou správné. Práce je až na drobná zaváhání (např. v českém resumé dvakrát nevysložená slovo *strategie*) jazykově v pořádku.

#### 4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE:

Téma zapadá do profilu absolventa oboru Cizí jazyky pro komerční praxi. Poznatky jsou propojeny do organického celku a přehledně prezentovány, díky čemuž čtenář získá plastický obrázek o významu společnosti ADP Employer Services Česká republika a.s. a o jejich perspektivách do budoucnosti. Vedoucí práce pozoroval u autorky během konzultací velký zájem o dané téma a doporučuje jí, aby se marketingu prohloubeně věnovala i v rámci dalšího studia.

#### 5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:

Analýza SWOT obsahuje data, která vycházejí z rešerše a z expertního rozhovoru. Vysvětlete, jak jste nastavila hodnoty ve sloupci *Relevanz*, které určují váhu jednotlivých kritérií (tab. 7). Ilustrujte na čtyřech konkrétních údajích.

#### 6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA: **výborně**

Datum: 11.5.2023

Podpis: