

HODNOCENÍ OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Diplomant: Bc. Jakub Procházka

Oponent: Ing. Martin Kopřiva

Diplomant si vybral v rámci své diplomové práce téma: „Marketingové plánování ve stavebním podniku“. V dnešní době, kdy vývoj ekonomické situace je velmi těžko předvídatelný, je dané téma velice aktuální. Pokud chce být firma produktivní a konkurenceschopná je plánování nezbytné.

V teoretické části diplomant nejdříve popsal a rozčlenil stavební trh. Dále se věnoval jednotlivým strategiím, které lze využít ve stavebnictví. Nakonec definoval analýzy, které se využívají při tvorbě marketingových plánů. Co ovšem v teoretické části postrádám je definování použitých finančních ukazatelů z praktické části.

V praktické části diplomant sestavil pomocí poznatků z teoretické části marketingový plán pro stavební firmu, která působí v segmentu vzduchotechniky. Pomocí správně zvolených analýz, které na sebe logicky navazují, byl postupnými kroky sestaven marketingový plán. Každá část byla vždy řádně okomentována, což potvrzuje pečlivý přístup k práci.

Na základě předložené práce soudím, že student přistoupil ke zpracování práce zodpovědně a dovede se velice dobře orientovat v teoretických oblastech, které jsou potřebné pro sestavení samotného marketingového plánu. Samotný marketingový plán je sestaven logicky a obsahuje všechny klíčové kapitoly. Z ekonomického a formálního hlediska je práce také v pořádku. Diplomová práce je přehledně strukturovaná a zpracována pouze s drobnými grafickými nedostatky. Sestavený plán lze použít v praxi jako metodický podklad při volbě strategie a při tvorbě firemního marketingového plánu.

Doplňující otázka:

O jaké další stupně výzkumu lze sestavený marketingový plán rozšířit?

O jaké další služby by mohla firma rozšířit své portfolio nabízených služeb?

Klasifikační stupeň ECTS: B/1,5 – velmi dobře

V Brně dne 17. 1. 2012


Podpis