

HODNOCENÍ VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Diplomant : Bc. František Kalina

Vedoucí : Ing. Radek Dohnal, Ph.D.

Diplomant si vybral k řešení ve své diplomové práci téma, které je aktuální a jeho význam roste zejména při současné ekonomické situaci nejen stavebních firem – „Marketingové plánování ve stavebním podniku“. Základním prvkem úspěšnosti každé stavební firmy je schopnost efektivně a včas reagovat na příležitosti a taky problémy, které vznikají v dnešní dynamicky se měnící době.

Cílem bylo sumarizovat teoretickou základnu pro pohyb v oblasti marketingu a následně sestavit marketingový plán tak, aby vyhovoval stavebnímu podniku nejen v okamžiku sestavení plánu, ale aby bylo možné jej po drobných úpravách vynucených časovou prodlevou a změnami na trhu využít i v budoucích letech. V diplomové práci je popsána tvorba a užití firemního rozpočtu, možnosti podnikového rozvoje, firemní marketing a jednotlivé marketingové analýzy. Podstatou práce je za pomoci marketingových analýz zjistit současnou situaci firmy, analyzovat její silné a slabé stránky a zároveň určit hrozby a příležitosti do blízké budoucnosti. Na základě těchto výsledků je pak navrhnout marketingový plán firmy pro další rozvoj. Diplomant se zaměřil na situaci na stavebním trhu v pražském regionu. Správně se zabýval celým marketingovým procesem, kde v logických návaznostech využíval všech prvků dotýkajících se marketingového řízení stavební firmy a procesu marketingového plánování. Ve spolupráci s vybraným podnikem pak vždy analyzoval firmu zejména z pohledu analýzy nutných pro sestavení marketingového plánu. Pozornost pak věnoval jednotlivým analýzám potřebných k marketingovému plánování. Také se věnoval metodice sestavení marketingového plánu a jeho sestavení.

Zvolené metody vhodně popsal a dají se použít i jako vodítko pro orientaci stavebních firem v možnostech řešené problematiky.

Diplomant přistupoval ke zvolenému tématu se zaujetím a nutnou dávkou tvořivého myšlení, které využil zejména ve zhodnocení získaných výsledků. Pro zpracování teoretické části diplomové práce využil pro něj dostupných podkladů a to jak obecné literatury, tak firemních podkladů podniku se kterým při zpracování své diplomové práce spolupracoval.

Východiskem konkrétních doporučení byly výsledky analýz které umožnily získání informací o současné situaci na analyzovaném trhu, strategii firmy a naznačení jejího rozvojového potenciálu, právě v návaznosti na její rozvoj.

Po formální stránce má diplomová práce několik drobnějších nedostatků co se formátování textu týká a také stylisticky se diplomantovi ne vždy zcela podařilo dobře formulovat některé skutečnosti. Toto však nijak vážně neubírá na kvalitě předložené práce.

Výsledná diplomová práce je dobrou studií do této dnes velmi důležité problematiky. Získané výsledky mohou být použity jako základní vodítko pro rozhodování stavebních firem při volbě její strategie.

Otázky: Jaký rozsah subdodavatelských prací by jste doporučil firmě Mlátek, tak aby byla stále schopna garantovat nadstandardní kvalitu prováděných prací?
Doporučil by jste firmě Mlátek se soustředit spíše na segment B2B či B2C?

Klasifikační stupeň ECTS: B/1.5-velmi dobře



V Brně dne 25.1.2015

Podpis