

Posudek oponenta bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2019/2020**

Název práce: **Marketingová strategie firmy Coca Cola v České Republice**

Řešitel: **Cyril Pimek**

Vedoucí práce: **Ing. Vladimíra Filipová, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Jitka Volfová, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	2
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	2
6.	Vlastní přístup k řešení	2
7.	Formální úprava práce	1
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	1

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autor si pro svou práci vybral téma marketingové strategie vybrané firmy. V dnešním světě, kdy kvalita produktů teprve společně s vhodnou marketingovou komunikací určuje úspěch podnikatelských subjektů, téma spojuje studijní obor, osobní zájem autora i potřeby trhu.

V rámci teoretické části autor prokázal pěknou práci se zdroji a poskytl teoretický základ pro oblast marketingové strategie tak, aby v rámci praktické části navázal a provedl SWOT analýzu konkrétní firmy. Výsledky práce vychází kromě SWOT analýzy založené na sekundárních datech i ze sběru a analýzy primárních kvantitativních dat sebraných pomocí dotazníkového šetření. Snížené hodnocení odráží prostor pro formulaci hypotéz či předpokladů před zahájením vlastního výzkumu tak, aby cíle výzkumu byly konkrétnější a jejich splnění bylo měřitelnější.

Otázky k diskusi: 1) V rámci udržitelného podnikání známe výraz "Shared Value" označující výsledek aktivity firmy vedoucí k udržitelnosti nad rámec legislativních opatření a zároveň přinášející ekonomický zisk mimo hlavní činnost – uvažte, jakou (zatím neexistující) Shared Value by mohla firma v souladu s Vašimi výsledky realizovat.

Závěr: Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 11. 5. 2020

Ing. Jitka Volfová, Ph.D.
oponent práce