

Školitelský posudek na bakalářskou práci Adriany Zelené

Marketingový plán společensko-zábavního podniku specializovaného na francouzskou gastronomii a kulturu.

(Filozofická fakulta JU, České Budějovice 2023, 124 stran, včetně příloh)

Tématem bakalářské práce Adriany Zelené je Marketingový plán společensko-zábavního podniku specializovaného na francouzskou gastronomii a kulturu. Práce obsahuje 124 stran včetně příloh. Rozsahem i formou splňuje požadavky na tento typ kvalifikační práce.

Práce je členěna do osmi kapitol. V úvodu si studentka vytyčuje cíl práce a uvádí motivaci pro výběr tématu. Důvodem výběru tématu byl zájem o gastronomii, což je vidět v entuziasmu, se kterým přistoupila k zpracování práce. Úvod dále člení práci na dvě základní části, teoretickou a praktickou.

Druhá kapitola nazvaná „Přehled aktuálně řešené problematiky“ je logicky sestavená a postupně rozebírá jednotlivá teoretická témata nutná pro základní orientaci ve studované problematice. Oceňuji aktuálnost zdrojů, dostatek zahraničních zdrojů a také práci s vědeckými a ostatními články. Z kapitoly je vidět promyšlenost jednotlivých zpracovávaných témat a jejich provázanost. Tyto faktory, spolu s adekvátní literaturou, dělají druhou část čtivou a pro čtenáře obohacující. Velké množství nejrozličnějších a aktuálních zdrojů poskytuje ucelený pohled na problematiku z oblasti marketingových nástrojů a marketingového plánování. Části práce věnující se kávě, kavárnám a dalším produktům marketingovou část vhodně doplňují.

Kapitola „Metodika“ vytyčuje cíle práce dané zadáním. Na cíle bezprostředně navazují výzkumné otázky, což je u tohoto typu práce vhodné. Výzkumné otázky směřují k naplnění cíle práce. Vlastní část kapitoly nazvaná „metodika zpracování“ zdařile vysvětluje pojmy marketingový výzkum a Focus group. V poslední části metodiky je popsána konkrétní realizace Focus group, kterou považuji za správnou a adekvátní metodu výzkumu pro tento typ práce.

Čtvrtá kapitola analyzuje Francii jako zdroj konceptu podnikání a analyzuje zkoumanou lokalitu. Pro splnění cíle práce je rovněž významná dobře provedená analýza konkurence a analýza potenciálních spotřebitelů. Oproti původnímu plánu došlo k realizaci dvou Focus groups, místo uvažované jedné. Díky významné odlišnosti segmentu dotazovaných toto

hodnotím jako zdařilou iniciativu studentky, která přispěla vyššímu využití závěrů Focus groups pro návrh práce. Kapitola je doplněna o výsledky vlastního pozorování, což zvyšuje hodnotu celé práce. Poslední subkapitolou je představení vlastního návrhu práce. Kromě několika neodborných výrazů z oblasti gastronomie lze považovat návrh za zdařilý. Návrh vychází ze získaných údajů z kapitoly 2 a 4 a významněji analyzuje produkt jako nejvýznamnější marketingový nástroj, s čímž zcela souhlasím. Zcela správně se studentka věnuje analýze tzv. rozšířeného produktu, který je významný pro postavení navrhovaného podniku vůči konkurenci. Naopak oddíl komunikační politika mohl být významněji rozpracován.

Předkládaná bakalářská práce přináší zajímavé výsledky a je zjevné, že téma studentku zaujalo. Autorka odvedla časově náročný a poctivě zpracovaný literární přehled, doplněný vlastním zkoumáním v podobě Focus groups a vlastními názory. Zdařilá byla také práce se sekundárními daty zejména při snaze stanovit možnosti oslovení potenciálních klientů. Velmi kladně hodnotím příkladný přístup studentky ke psaní celé práce. Studentka ke zpracování práce přistupovala odpovědně a svědomitě reflektovala připomínky vedoucího v průběhu celého procesu tvorby práce.

Závěr: Závěrem konstatuji, že bakalářskou práci Adrianu Zelené **doporučuji k obhajobě a hodnotím jako výbornou.**

V Českých Budějovicích, 29. května 2023

Roman Švec