

HODNOCENÍ VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Diplomant : Bc. Petr Muškát

Vedoucí : Ing. Radek Dohnal, Ph.D.

Diplomant si vybral k řešení ve své diplomové práci téma, které je aktuální a jeho řešením se určitě do budoucna bude zabývat značná část stavebních firem – „Marketingové systémy malých a středních stavebních firem“. 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 práce bylo zpracování možnosti marketingové strategie a databáze pro menší a střední firmy, zároveň také zjištění náročnosti časové a finanční. Také pak ukázat význam komerčního marketingu a jeho metod s ohledem na konkurenci. A zejména ukázat význam marketingového řízení a komunikace pro stavební podnik.

Teoretická část práce je sestavena v dostatečném rozsahu a z odpovídajícího a dostatečného množství zdrojů.

Diplomant se správně zabýval celým marketingovým procesem, kde v logických návaznostech využíval všech prvků dotýkajících se marketingového řízení stavební firmy, zejména pak systému získávání zakázek. Ve spolupráci se stavební firmou pak analyzoval celou firmu zejména z pohledu řízení a získávání zakázek, s ohledem jak na zákazníky, tak i konkurenci. Částečně také věnoval pozornost sestavení dotazníkového šetření a jeho vyhodnocení, pro zjištění situace na stavebním trhu. Jeho využití je však sporné. Nejpodstatnější část práce je následně věnována popisu práce s vytvořenou databází. Jedná se o manuál k využití databázového systému, který diplomant vytvořil. Jako největší přínos diplomanta spatřuji právě ve vytvoření databázového systému. Na škodu je, že ne všechny interpretace jsou zcela přesné a není využito zcela jejich potenciálu.

Diplomant přistupoval ke zvolenému tématu zodpovědně, nadšením a značnou dávkou tvořivého myšlení, které využil zejména při tvorbě databázového systému. Pro zpracování teoretické části diplomové práce využil pro něj všech dostupných podkladů a to jak obecné literatury, tak firemních podkladů stavební firmy se kterou velmi úzce při zpracování své diplomové práce spolupracoval.

Východiskem konkrétních doporučení byly výstupy z modelově naplněného databázového systému.

Výsledná diplomová práce je výbornou vstupní studií do této dnes velmi důležité problematiky. Získané výsledky mohou být použity jako základní marketingový systém pro řízení a plánování stavebních firem.

Otázka: Proč by měla stavební firma využívat takovouto databázi?

Jaký ekonomický efekt si od využívání marketingové databáze zákazníku slibujete?

Klasifikační stupeň ECTS: B/1,5



V Brně dne 28.1.2014

Podpis