

Posudek vedoucího diplomové práce

Jméno studenta	Bc. Martina Naumecová
Téma práce	Marketingová strategie vybrané obchodní společnosti
Cíl práce	Provedení situační analýzy a návrh nové marketingové strategie ve vybrané obchodní společnosti.
Vedoucí diplomové práce	Ing. Kateřina Kantorová, Ph.D.

náročnost tématu na	úroveň		
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná
teoretické znalosti	x		
praktické zkušenosti		x	
podkladové materiály (vstupní data) a jejich zpracování	x		

kritéria hodnocení práce	úroveň			
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná	nelze hodnotit
stupeň splnění cíle práce	x			
samostatnost při zpracování tématu	x			
logická stavba práce		x		
práce s českou literaturou včetně citací		x		
práce se zahraniční literaturou včetně citací		x		
adekvátnost použitých metod	x			
hloubka provedené analýzy	x			
stupeň realizovatelnosti řešení	x			
formální úprava práce (text, grafy, tabulky)		x		
stylistická úroveň		x		
nároky DP na podkladové materiály, konzultace, průzkumy ...	vysoké	průměrné	nižší	nejsou
použití analýz, matem. statistických a jiných metod, komparací apod.	ve velké míře	přiměřené	částečné	absentuje
využitelnost námětů, návrhů a doporučení k řešení problému	x			
obsah a relevantnost příloh v textu či příl. části DP (tabulky, grafy, propočty apod.)	ve větší míře	částečná	nižší	nevyužitelnost
	x			
	vysoce funkční	funkční	méně funkční	neuspokojivé
		x		

Odpovídající hodnocení jednotlivých hledisek označte:

x

Připomínky a otázky k obhajobě:

Autorka provedla velmi kvalitní analýzu podniku. Součástí byla analýza mikro a makroprostředí, včetně podrobnější analýzy konkurence. Výsledky byly shrnuty pomocí analýzy SWOT. Dále autorka využila Balanced Scorecard a pro návržení strategií vycházela z přístupu Ansoffa, Kotlera a Portera. Při návrhu strategie marketingového mixu vycházela z analýzy BCG.

Vedoucí práce pokládá následující otázky:

1. Zákazník stále více upřednostňuje pohodlí. Jak tento fakt můžete využít (jste využila) při návrhu marketingové strategie?
2. V metodě Benchmarking je propagace hodnocena na základě frekvence zasilání nabídek (s. 58). Bylo by možné hodnotit efekt (dopad) marketingových aktivit konkurence? Popř. jakým způsobem?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň:

výborně

Do rámečku vypsát slovní hodnocení z této škály: výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl/a

Vedoucí diplomové práce:

Jméno, tituly: Ing. Kateřina Kantorová, Ph.D.

Podpis:

V Pardubicích dne: 26. 5. 2014