

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: **Petra Josková**

Název diplomové práce: **Uplatnění nástrojů marketingového mixu ve farmaceutické společnosti**

Všeobecné hodnocení: Diplomová práce se zabývá marketingovými nástroji a jejich využitím u podpory produktu Twinrix. Tyto nástroje jsou velmi dobře popsány jak z hlediska marketingového, tak z hlediska specifík farmaceutického trhu. Jsou zde uvedeny všechny podstatné a dostupné informace o produktu, jeho ceně, distribuci i marketingové komunikaci. Vhodným způsobem je analyzována pozice produktu na farmaceutickém trhu.

Cíl práce a závěry: Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn. Diplomová práce je doplněna závěry, které obsahují zhodnocení použití nástrojů marketingového mixu farmaceutickou společností.

Struktura práce a její přínos: Pro dané téma vhodně zvolená struktura, ve které praktická část analyzuje především marketingovou komunikaci, jejíž pomocí se zákazníci dozví o samotném produktu. Následné shrnutí použití marketingových nástrojů může být pro společnost dobrým východiskem pro tvorbu dalších strategií.

Přístup ke zpracování tématu: Velmi dobrý přístup ke zpracování tématu je zřejmý zejména v praktické části, kde je patrné, že se diplomant velice podrobně seznámil nejen s produktem, jeho historií a současnou situací, ale zároveň s farmaceutickým trhem a specifickými stránkami farmaceutického marketingu.

Práce s literaturou: Velmi dobrá práce s literaturou, při které jsou použity aktuální zdroje, které souvisí s tématem diplomové práce.

Stylistická stránka, tabulky a přílohy: Stylistická úroveň práce je dobrá. Tabulky jsou srozumitelné a grafy jsou prezentovány přehledně a v souvislosti s danými tématy.

Zásadní připomínky: Oponent nemá žádné zásadní připomínky k diplomové práci.

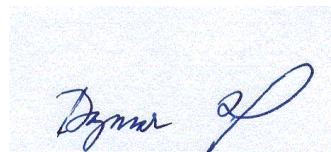
Závěrečné hodnocení: Diplomová práce splňuje požadavky na ni kladené a oponent ji doporučuje k ústní obhajobě.

Navrhovaná klasifikace: Výborně

Otázky oponenta k ústní obhajobě:

- 1) Jaká jsou legislativní omezení ve farmaceutickém marketingu, konkrétně v případě léků vázaných na lékařský předpis?
- 2) Jaké jsou důležité součásti marketingového mixu jakéhokoliv produktu?

Datum: 28. 8. 2007



oponent práce