

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Katedra marketingu



Posudek oponentky diplomové práce

Jméno studenta: Bc. Kristýna Tošnarová

Název práce: Analýza marketingové komunikace společnosti VF Czech, s.r.o.

Oponent práce: Ing. Alena Matěnová

Cíl práce: Analýza marketingové komunikace vybrané společnosti, její zhodnocení a navržení nápravných opatření.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení			
	1	2	3	4
Vymezení cíle a jeho naplnění	☒	☐	☐	☐
Náročnost tématu na teoretické znalosti	☐	☒	☐	☐
Náročnost tématu na praktické dovednosti	☒	☐	☐	☐
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	☒	☐	☐	☐
Hloubka a správnost provedené analýzy	☐	☒	☐	☐
Práce s literaturou	☒	☐	☐	☐
Logická stavba a členění práce	☒	☐	☐	☐
Jazyková a terminologická úroveň	☒	☐	☐	☐
Formální úprava a náležitosti práce	☒	☐	☐	☐
Vlastní přínos studenta	☒	☐	☐	☐
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	☒	☐	☐	☐

Dílčí připomínky a náměty:

Práce celkově působí celistvým a přehledným dojmem a je v praxi velmi dobře využitelná.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Tato práce splňuje veškeré formální požadavky na diplomovou práci. Je dobře strukturovaná a nepostrádá čtivost. V teoretické části nás autorka seznamuje s jednotlivými nástroji komunikačního mixu, aby následně zhodnotila jejich využití v konkrétní společnosti.

Uvedené závěry jsou výstižné a zástupcům společnosti VF Czech bych doporučila věnovat jim pozornost, protože přináší nejen srovnání s konkurencí, ale také názor mladého člověka jakožto zástupce jejich cílové skupiny i jakožto jejich obchodního partnera.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

V práci uvádíte, že sama podnikáte. Jaké nástroje marketingové komunikace využíváte právě Vy a proč?

Navržená výsledná známka: výborně

V Praze, dne 28.08.2010

podpis oponentky práce