

Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2012/2013**

Název práce: **Věrnostní programy jako nástroj konkurenčního boje proti slevám na příkladu společnosti L Oreal**

Řešitel: **Bc. Adam Ježek**

Vedoucí práce: **Ing. Petr Král, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Petra Šebová**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	2
3.	Práce s literaturou, citace	2
4.	Adekvátnost použitých metod	1
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	1
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	1
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	2

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autor si pro svou diplomovou práci vybral prakticky orientované téma- návrh zlepšení existujícího věrnostního programu společnosti L Oreal v ČR. Vysoce oceňuji zejména teoreticky orientovanou část práce, ve které autor syntézou dostupné literatury a sekundárních zdrojů vytvořil poměrně zajímavou klasifikaci existujících věrnostních programů na českém trhu.

Ve druhé části autor provedl primární výzkum a navrhl dílčí úpravy již existujícího programu. Ne všechny návrhy jsou však, z mého pohledu, dovedeny do realizovatelné podoby.

Pro závěrečnou obhajobu navrhuji následující otázky: 1. Jaké budou podle Vašeho názoru budoucí trendy v oblasti věrnostních programů v ČR a jejich významu pro marketingovou strategii? Věrnostních programů je v současnosti na trhu opravdu velké množství a rozdíly mezi nimi jsou v zásadě minimální. Z pohledu spotřebitele je tedy obtížné programy navzájem rozlišit. 2. Jaká je přínosnost věrnostních programů pro firmy, které je nabízejí? Většina programů stále nabízí v podstatě totéž, zejména slevy, v různých podobách a je tedy otázkou, zdali se takto rozsáhlé poskytování slev může firmám vyplatit.

Závěr: Diplomovou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 22. 09. 2012

Ing. Petr Král, Ph.D.
vedoucí práce