

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Katedra marketingu



Posudek oponentky diplomové práce

Jméno studenta: Aneta Hrubešová

Název práce: Spokojenost zákazníků s věrnostním programem

Oponentka práce: Ing. Libuše Kališová, CSc.

Cíl práce: zhodnotit věrnostní program dm-drogerie – Active beauty svět výhod a pomocí dotazníkového šetření zjistit spokojenost zákazníků s tímto programem

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:

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Jedná se o pečlivě zpracovanou práci. Pozitivně hodnotím ucelenost a logickou návaznost.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

Zmiňujete, že ... "koncept věrnostního programu dm-drogerie byl rozvinut v mateřské společnosti v Rakousku a také odsud pochází všechny náměty na změny". Jaké výhody a nevýhody to přináší? Přikláníla byste se k přizpůsobení komunikace firmy (dalších marketingových nástrojů) podmínkám v ČR?

Jak jsou zákazníci informováni o věrnostním programu? Navrhla byste v tomto ohledu změny?

Navržená výsledná známka: výborně

V Praze, dne 1.9.2009

podpis oponentky práce