

Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2016/2017**

Název práce: **Marketingová a komunikační strategie pro streamovací službu Spotify**

Řešitel: **Bc. Radim Petlach**

Vedoucí práce: **Ing. Milan Postler, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Přemysl Průša, Ph.D.**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Teoretická část práce je zpracována pečlivě na adekvátní úrovni, pokrývá hlavní aspekty marketingu obecně, marketingu služeb, marketingové strategie i komerčních komunikací. Rozsah použitých zdrojů hodnotím jako průměrný, vzhledem ke specifiku tématu a zaměření praktické části práce bych uvítal, kdyby autor věnoval více prostoru online marketingu a online komunikacím.

Praktická část práce je sestavena v logickém pořadí, autor stručně kriticky a dle mého názoru objektivně hodnotí současnou marketingovou a komunikační strategii spol./ značky Spotify a stejně tak řeší hlavní silné a slabé stránky přímé konkurence.

Pozitivně hodnotím provedené vlastní dotazníkové šetření, které se mně jeví jako validní, správně orientované na cílovou skupinu spol. Spotify. Výsledky šetření umožňují autorovi poměrně přesně odhalit další silné a slabé stránky marketingového mixu spol. Spotify.

Následně pak autor sám nastiňuje několik návrhů na zlepšení, které sice nejsou nijak převratné, nicméně mohou poměrně zásadně vylepšit současnou pozici značky na českém trhu.

Otázky:

1. V jakých hlavních aspektech se liší funkční vlastnosti placené a neplacené verze služby Spotify zejména s ohledem na základní funkčnost – streamování hudby?
2. Jakým způsobem konkrétně byste navrhoval značce komunikovat na českém trhu, aby se zvýšila její spontánní znalost?
3. Jakým způsobem byste značce doporučil využít pro komunikaci sociálních sítí, zejména pak facebook a YouTube?
4. Je možné vnímat YouTube jako konkurenta značky Spotify?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 3. 1. 2017

Ing. Přemysl Průša, Ph.D.
oponent práce