

Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**

Akademický rok: **2014/2015**

Název práce: **Marketingová strategie společnosti Aeroflot se zaměřením na věrnostní program Aeroflot bonus**

Řešitel: **Bc. Irina Tertychnaya**

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

Oponent: **Ing. Jiří Mikeš**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Diplomová práce (autorka Bc. Irina Tertychnaya) na téma "Marketingová strategie společnosti Aeroflot se zaměřením na věrnostní program Aeroflot bonus" v rozsahu 58 stran formátu A4, je strukturována do šesti kapitol, z nichž první je teoretickým východiskem a na ně navazuje pět kapitol – praktických. Samostatnou část diplomové práce tvoří její Úvod a Závěr. Diplomová práce není příliš vyvážená co do rozsahu a struktury jednotlivých kapitol. Značení kapitol je chaotické. V Úvodu autorka vymezila cíl své diplomové práce, kterým je "analyzovat věrnostní program společnosti Aeroflot – Aeroflot Bonus, identifikovat jeho základní prvky a výhody, které přináší svým zákazníkům a zjistit, proč tento program se stal jedním z nejúspěšnějších na věrnostních programů v Rusku". Diplomová práce není vyvážená co do struktury a rozsahu jednotlivých kapitol. Označení některých kapitol je nelogické (arabské a římské číslice). Kapitoly se uvádějí na samostatné stránce podle normy. První kapitola diplomové práce je zaměřena na problematiku marketingu ve službách. marketingovým a komerčním komunikacím je věnována kapitola II. V praktické části (kap. 1.) autorka představila spol. Aeroflot. Ve druhé kapitole praktické části diplomové práce je aplikován marketingový mix na uvedenou společnost. Strategie a rozvoj společnosti je zahrnut v kapitole 3. Autorka aplikovala SWOT analýzu na uvedenou společnost v kapitole 3 praktické části diplomové práce. Kapitola 5 je zaměřena na strategické aliance. Na věrnostní program a jeho analýzu se autorka zaměřila v šesté kapitole. V samotném Závěru diplomové práce autorka konfrontuje vytýčený cíl diplomové práce se závěry, k nimž dospěla. Diplomová práce je zpracována na dobré úrovni – má spíše popisný charakter. Obohacením diplomové práce by bylo vlastní terénní dotazníkové šetření. Celkově hodnotím diplomovou práci jako spíše dobrou.

otázky k obhajobě: ot. č. 1) V čem se věrnostní program spol. Aeroflot liší od věrnostních programů konkurenčních leteckých společností? ot. č. 2) Jaký vliv mají letecké aliance ve vztahu k leteckým společnostem na uplatnění marketingu v konkrétní letecké společnosti?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **3**

Datum: 09. 06. 2015

Ing. Milan Postler, Ph.D.
vedoucí práce