

Posudek oponenta 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	1
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	2
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	2
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	2
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	2

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Informativní DP seznamující s činností společnosti Aeroflot. V úvodní teoretické části zcela bez problému. Druhá část, která je věnovaná marketingové strategii společnosti se zvláštním zřetelem na věrnostní program Aeroflotu, se diplomantka zaměřila na představení aktivit společnosti. V této části se více měla zaměřit na rozbor aktivit v porovnání se světovou konkurencí. Diplomantka se nezmiňuje o současném trendu cenových příplatků za sedadla u exitů. Pokud Aeroflot toto nepraktikuje, pak by to mohlo být zajímavé zjištění. Při kalkulaci ceny za letenku neuvádí zisk, stejně jako to, že ve světovém cestovním ruchu platí, že do kalkulace se započítává i "story". Otázky: 1. Ve swot analýze uvádíte, že společnost operuje s převahou ruských letadel s nízkou účinností. V úvodu však konstatujete, že Aeroflot se opírá o Airbusy? Můžete to vysvětlit? 2. Které destinace Aeroflotu jsou perspektivní a které nikoliv a proč?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 03. 06. 2015

Ing. Jiří Mikeš
oponent práce