

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Inovativnost a marketing onkologických léčiv na trzích Visegrádské čtyřky

Autor diplomové práce:

Bc. Michaela Míková

Cíl diplomové práce:

Cílem diplomové práce je zhodnotit inovativnost trhů s onkologickými přípravky v rámci zemí Visegrádské čtyřky a posoudit vliv a roli regulací a marketingu. Práce shrnuje legislativní rámec zdravotnictví a farmaceutického průmyslu pro tyto země a zároveň specifikuje marketingové možnosti v takovém prostředí. Provedená analýza sekundárních i primárních dat přináší informace o inovativnosti jednotlivých trhů.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	96
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Diplomová práce si vybírá velmi netradiční, ale o to zajímavější prostředí marketingu/inovativnosti v oblasti farmaceutického průmyslu. Díky přístupu k unikátním datovým zdrojům, ale také k odborníkům z regionu V4, pak práce díky analýze - sekundárních i primárních dat přináší celou řadu nových a velmi přínosných poznání v oblastech inovativnosti i srovnání marketingu v onkologii ve V4. Z výsledných poznatků mohou kromě farmaceutických společností těžit i další stakeholderi jakožto regulátoři, lékové agentury nebo plátcí.

Otázky k obhajobě

- Jaké komunikační kanály byste doporučila společnostem, které budou hojně uvádět na trh onkologie biosimilární léčivé přípravky v následujících letech a proč?
- V kterých oblastech (de)regulace oblasti marketingu ve farmaceutickém průmyslu by se mohla Česká republika inspirovat mimo region V4?
- Jak si myslíte, že bude vypadat marketing v onkologii za 10 let?
- Jakou roli přisuzujete onkologickým patientským organizacím ve V4 a jaké trendy v této oblasti vidíte do blízké budoucnosti?
- Očekáváte změny v komunikaci díky GDPR (General Data Protection Regulation) v oblasti onkologie v České republice?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. et Ing. Martin Šlégl MIM

Pracoviště oponenta diplomové práce:

IQVIA, Principal

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.

Monday, June 04, 2018


podpis oponenta diplomové práce