

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Analýza marketingových aktivit vybraného podniku

Autor diplomové práce:

Bc. Kristýna Körberová

Cíl diplomové práce:

Cílem diplomové práce je analýza stávající pozice vybrané společnosti a konkrétní návrh řešení zkoumaného problému ve vybrané společnosti

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	8
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	8
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	8
6. Logická stavba a členění práce	8
7. Jazyková a terminologická úroveň	8
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	8
9. Vlastní přínos k řešení problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	85
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Předložená diplomová práce je tradičně rozdělena na část teoretickou a praktickou, přičemž jsou obě části ve vyváženém poměru. V teoretické části diplomové práce vycházela autorka ze slabší referenční základny, v metodologické části práce se zaměřila na mystery shopping a anketu. V aplikační části práce autorka vhodně popsala řešený problém ve zkoumaném podniku, zanalyzovala současnou situaci z marketingového hlediska, nadefinovala jednotlivé pesrony, provedla mystery shopping, zorganizovala anketu. Detailně popsala vlastní řešení zadaného problému, úspěšnost proběhlé akce porovnávala jak z finančního, tak nefinančního hlediska. Práce je velmi dobře využitelná pro praxi ve zkoumaném podniku. Po formální stránce bych autorce doporučila pečlivější číslování jednotlivých subkapitol, aby práce byla více "srozumitelná", nicméně práci hodnotím jako zdařilou. Otázky k diskuzi: 1) Byla Vámi či majitelem podniku uvažována také varianta, že k uskutečnění nedojde (byly uvažovány ušlé náklady)? 2) V práci je zmíněno, že první hra byla zdarma. V případě, že by byla pořádaná další a byla by zpoplatněna, jakým způsobem by bylo vhodné se k této skutečnosti z marketingového hlediska postavit, tedy ji komunikovat? 3) Po diskuzi s majitelem podniku - plánuje majitel pokračovat v realizaci Marketingového plánu pokračovat i nadále po návratu situace do "normálu" (po opatření vztahující se ke koronaviru).

Jméno vedoucího diplomové práce:

Markéta Procházková

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

VŠE, katedra marketingu