

# Posudek oponenta bakalářské práce

<b>Autor práce (jméno a příjmení)</b>	Monika PINCOVÁ
<b>Název práce</b>	Postavení privátní značky obchodního řetězce
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Bakalářský
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Šalamoun Jan, Ing.
<b>Oponent</b>	Ing. Hana Volfová

## Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0
2. Logická struktura práce 1.0
3. Naplnění cíle práce 1.0
4. Metodický postup 1.5
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 2.0
6. Praktický přínos práce 2.0
7. Práce s literaturou 2.0
8. Formální stránka 1.5

## Závěr

Hodnocení práce známkou: **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

### Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Práce se zabývá tématem privátních značek, aplikovaným na úspěšnou síť DM Drogerie Markt. Z formálního hlediska se v práci vyskytují stylistické i drobné gramatické chyby, celkově však působí upraveně. Teoretický přehled je zpracován dobře, ocenila bych však využití přístupu i jiných autorů, a především uvedení názoru autorky samotné. Metodicky je práce nastavená vhodně, cíl je logický a v práci naplněný. V praktické části je realizován marketingový výzkum, který je zpracován velmi dobře - oceňuji především doplnění některých výsledků o skutečné poznatky (např. ze spotřebitelských testů). Výsledky celkově jsou poměrně obecné, což omezuje jejich praktickou využitelnost. Stejně tak představené návrhy, u kterých by bylo vhodné uvést alespoň částečné ekonomické nastínění. Celkově je ovšem práce zpracována na dobré úrovni, je tedy možné ji doporučit k obhajobě.

### Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Je tak vysoký počet privátních značek DM Drogerie Markt stále ještě efektivní, nebo vede spíše ke zmatení spotřebitele?

Jaký hlavní přínos a úskalí představuje užití sociálních sítí pro komunikaci privátních značek DM

Drogerie Markt?

Datum: 10.05.2016

Podpis oponenta bakalářské práce