



Posudek oponenta diplomové práce

Katedra: Obchodu

Student: Kubík Ondřej

Studijní obor: Obchodně podnikatelský

Název diplomové práce: Analýza marketingové činnosti dané firmy

Oponent diplomové práce: Ing. Knespl Pavel

Povolání oponenta: Referent průzkumu trhu - Prodej a marketing orig. dílů a příslušenství Škoda Auto a.s.

Hodnocení práce:

Volba tématu práce a její význam: (2) vhodné a významné téma

Komentář: Autor si velmi dobře uvědomuje velmi silný vliv marketingu na úspěšnost firem v dnešním světě.

Formulace cílů práce: (2) cíle byly vhodně formulovány

Komentář: Cíle práce jasně a zřetelně formulovány, dobrá struktura

Metodika zpracování: (2) vhodně zvolena a formulována

Komentář: Bez výhrad

Práce s daty a informacemi: (1) použitá data aktuální, informace relevantní a správně zpracované

Komentář: Oceňuji práci i s internetovými zdroji, které jsou na rozdíl od klasických tištěných aktuálnější

Celkový postup řešení: (1) postup řešení naprosto správný

Komentář: Naprosto souhlasím se zvoleným postupem řešení

Teoretické zázemí autora: (1) autor významné autory citoval a zná teorii dané problematiky

Komentář: V tomto případě možná až příliš mnoho citátů od jednoho autora (P. Kotler)

Práce s odbornou literaturou (citace, norma): (2) autor dodržel citační normu - s výjimkami

Úroveň jazykového zpracování: (2) práce je jazykově zpracována na standardní úrovni

Přesnost formulací a práce s odborným jazykem: (2) autor má dostatečný pojmový aparát

Komentář: V rámci zvoleného oboru autor prokázal velmi dobrou znalost odborného jazyka a názvosloví

Formální zpracování - celkový dojem: (1) práce je formálně naprosto v pořádku, celkový dojem je výborný

Splnění cílů práce: (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

Komentář: Zadání práce bylo podle mého soudu naprosto splněno. Autor nabízí ucelenou škálu opatření a návodů, jak dosáhnout zlepšení v dané oblasti

Formulace závěrů práce: (1) závěry jsou velmi správně formulovány a jsou velmi významné pro další využití

Komentář: Jestliže je situace v podniku věrně popsána, pak se stotožňuji se závěrem autora, že je naprostou nutností zavést marketingové plánování a především vyčlenit odpovědného člověka za oblast marketingu. Bez jasné market. koncepce se může podnik v budoucnu potýkat se značnými problémy.

Odborný přínos práce a její praktické využití: (1) práce je po odborné a praktické stránce velmi dobře využitelná

Komentář: Doporučuji k detailnímu pročtení manažerovi společnosti.

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: velmi dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Jak probíhá v současné době komunikace v rámci firmy, ať už po formální nebo neformální stránce? V návrhu řešení autor možná trochu opomíjí vzájemnou komunikaci mezi zaměstnanci na pracovišti (tu Intranet nenahradí). Jsou nějaké pravidelné meetingy vedení se všemi zaměstnanci (např. alespoň jednou v týdnu)? Pokud ne proč?

Otázka 2: Jsou zaměstnanci vzdělávání i s ohledem na prodej a marketing, přístup k zákazníkovi, komunikaci atd. nebo je preferována pouze profesní oborová znalost?

Další připomínky, vyjádření a náměty k obhajobě práce resp. k jejímu dalšímu využití:

Bez dalších připomínek

Datum: 08. 10. 2007

Podpis oponenta diplomové práce: