

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Tetiana KOTIV
Název práce	Spotřební chování na vybraném trhu
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Vojtko Viktor, Ing. Ph.D.
Oponent	Jana Šalamounová Ing

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

Poznámka:Téma spotřebního chování v oblasti ryb shledávám významným ať z pohledu chovu i spotřeby ryb.

2. Logická struktura práce 1.0

3. Naplnění cíle práce 1.0

4. Metodický postup 1.0

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.5

6. Práce s literaturou 1.5

Poznámka:U odkazů na obrázky není zřetelné, zda se jedná o vlastní zpracování nebo o úpravu podle uvedeného autora. Jinak je literární rešerše zpracovaná podrobně s návazností i na zahraniční autory.

7. Formální stránka 1.5

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Diplomová práce je zpracovaná kvalitním způsobem a odpovídá trendům psaní těchto typů závěrečných prací. V práci mám pouze pár připomínek k autorčinu doporučení pro zkoumanou společnost.

Reklama, kterou uvádíte jako jeden z přínosů a doporučení není způsob propagace, ale prostředek nebo nástroj marketingové komunikace. Reklama je silný nástroj marketingové komunikace, ale také dosti drahý.

Dále uvádíte e-shop s živými rybami (jednalo by se spíše o nabídku humánně usmrčených ryb ve schlazeném stavu). Nevím, zda je to dobrý nápad, protože u čerstvého masa, obzvláště čerstvých ryb dochází k poměrně rychlé kazivosti, která se nemusí na první pohled projevit chutí (což, už je pozdě), ale vzhledem a vůní. Myslím si, že by to mohlo poškodit jméno firmy, byť se k tomu vyjádřili samotní respondenti.

Přestože nesouhlasím příliš s některými doporučeními, hodnotím práci na výbornou. Práce splňuje cíl, metodický postup, formální stránku (až na pár grafických nedostatků) a další náležitosti na tento

typ práce kladené.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Opravdu si myslíte, že reklama na Facebooku by byla silným prostředkem ke komunikaci firmy? Pokud si i přesto stojíte za svým názorem, pokuste se navrhnout grafické či slovní spojení reklamního sdělení pro Vámi vybranou společnost.

Datum: 29.04.2019

Podpis oponenta