



# Posudek oponenta diplomové práce

**Katedra:** Katedra obchodu a cestovního ruchu

**Student:** Bc. Petra Javůrková

**Studijní obor:** Obor obchodní podnikání – marketing management

**Název diplomové práce:** MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE OC FUTURUM KOLÍN

**Oponent diplomové práce:** Ing. Petr Dohnal

**Povolání oponenta:** Marketing Director

## Hodnocení práce:

**Volba tématu práce a její význam:** (1) vysoce aktuální a významné téma

Komentář: Vzhledem k nasycení trhu obchodními centry je jejich marketingová komunikace velmi relevantní téma a nástroj k odlišení.

**Formulace cílů práce:** (2) cíle byly vhodně formulovány

**Metodika zpracování:** (1) velmi vhodně zvolena a formulována

Komentář: Metodiku hodnotím kladně, neboť obsahuje reálný výzkum, který je nezbytný pro stanovení marketingové strategie a cílů každého centra.

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

**Celkový postup řešení:** (1) postup řešení naprosto správný

**Teoretické zázemí autora:** (2) autor některé významné autory opomněl a zná teorii dané problematiky

Komentář: V oboru obchodních center je významným zdrojem informací a dat oborová asociace ICSC - International Council of Shopping Centers, tento zdroj by mohl být taktéž využit.

**Práce s odbornou literaturou (citace, norma):** (1) autor dodržel naprosto správně citační normu

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

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

**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

**Formulace závěrů práce:** (2) závěry jsou správně formulovány a jsou významné pro další využití

**Odborný přínos práce a její praktické využití:** (2) práce je po odborné a praktické stránce dobře využitelná

## **Celkové hodnocení práce:**

*Návrh hodnocení práce známkou:* výborně

*Doporučuji práci k obhajobě:* ANO

## **Otázky k obhajobě:**

Otázka 1: Autorka správně v diplomové práci zmiňuje potenciál sociálních sítí, především Facebooku, pro obchodní centrum. Vzhledem k tomu, že primárním cílem marketingu obchodního centra je přimět zákazníka k návštěvě a nákupu, jakým způsobem by doporučovala využít Facebooku k této požadované reakci zákazníků.

Otázka 2: Marketing obchodního centra je specifický tím, že komunikuje produkt a značku, jejíž podstata je tvořena nájemci obchodního centra resp. jejich nabídkou. Jak autorka vnímá roli a vliv nájemce na efektivitu marketingové komunikace centra?

*Datum:* 05. 05. 2010

*Podpis oponenta diplomové práce:*