



Posudek oponenta diplomové práce

Katedra: Řízení

Student: Vladimíra Gläserová

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název diplomové práce: Marketingová komunikace – zákaznická orientace v E.ON

Oponent diplomové práce: Ing. Nikola Kaška

Povolání oponenta: Senior Marketing manager

Hodnocení práce:

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

Komentář: Vzhledem k základnímu produktu utilitních společností, který se ze své podstaty neodlišuje od nabídek ostatních subjektů na tomto trhu (elektřina, plyn, teplo, voda,...) může být právě zákaznická orientace a vhodně zvolený koncept komunikace se zákazníky jedním z rozhodujících faktorů k úspěchu na trhu s energiemi. Téma je proto zvoleno vhodně a lze je označit za přínosné.

Formulace cílů práce: (2) cíle byly vhodně formulovány

Komentář: Vedle tradičních marketingových a komunikačních nástrojů přináší dnešní doba i celou řadu nových moderních nástrojů. Možnosti marketérů se tak stále rozšiřují, přesto by měli mít na paměti efektivitu používaných nástrojů. Je tedy dobře, že se práce zaměřuje nejen na popis komunikačních nástrojů, ale i na jejich efektivitu.

Metodika zpracování: (3) částečně vhodně zvolena a formulována

Komentář: Vzhledem k cíli práce, kterým je zjištění efektivity používaných marketingových nástrojů, bych spíše než na řízené rozhovory s odpovědnými pracovníky, kladl větší důraz na analýzu konkrétních výsledků. Studentka se v rámci práce na studium podkladů a materiálů ve formě výzkumů odvolává, proto mohla být metodika lépe formulována.

Práce s daty a informacemi: (2) použitá data aktuální, práce s informacemi dostatečná vzhledem k tématu

Komentář: Práce využívá data a podklady v rozmezí roků 2007-2010, což považuji jak za data dostatečně aktuální, tak dostatečného rozsahu pro získání představy o trendu a vývoji používaných nástrojů marketingové komunikace v popisované společnosti.

Celkový postup řešení: (2) postup řešení správný, některé kroky neadekvátní

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

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

Komentář: U některých citací chybí označení vydání, ale toto opomenutí je zastoupeno jen v malé míře.

Úroveň jazykového zpracování: (1) práce je jazykově naprosto správně zpracovaná

Přesnost formulací a práce s odborným jazykem: (3) autor používá některé neoborné výrazy

Komentář: Použití některých neoborných výrazů, jako např. "\\rychlouška\\", mohou být snahou o odlehčení tématu, ale v rámci vědecké práce bych se podobných výrazů vyvaroval.

Formální zpracování - celkový dojem: (2) práce je formálně v pořádku, celkový dojem je dobrý

Splnění cílů práce: (3) cíle práce byly splněny, některé dílčí cíle byly opomenuty

Komentář: Základní cíle práce byly naplněny, zejména popisem použitých komunikačních nástrojů společnosti E.ON. Zdůvodnění efektivity jednotlivých nástrojů ale mohlo být hlubší.

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

Komentář: Závěry práce se nacházejí jak v rámci jednotlivých kapitol, tak navíc uzavírají celou práci v jejím závěru. Jistě jsou přínosná pro další využití, ale v některých případech bych jim vytkl, že pro některá uváděná tvrzení mi v rámci práce chybí dostatečné podklady nebo odkazy, na základě jakých dat byli vytvořeny.

Odborný přínos práce a její praktické využití: (3) práce je po odborné a praktické stránce využitelná

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: velmi dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Uveďte příklad zajímavého a efektivního využití nových médií v marketingové komunikaci, který vás v poslední době zaujal a vysvětlete na něm, v čem spočívá efektivita tohoto příkladu, ve srovnání s tradičními komunikačními nástroji.

Otázka 2: Který z využívaných komunikačních nástrojů by jste doporučila pro dosažení hlavních komunikačních cílů společnosti E.ON pro období 2011 a proč.

Datum: 12. 05. 2011

Podpis oponenta diplomové práce: