

Posudek oponenta diplomové práce

Autor (jméno, příjmení): Bc. Veronika Vithová

Název diplomové práce: Strategie marketingové komunikace konkrétní firmy

Studijní obor: Ekonomická fakulta

Fakulta/katedra: Ekonomická fakulta, řízení

Oponent diplomové práce: Eva Kunešová Ing.

Obor profesního působení: Vyšší škola cestovního ruchu a mezinárodního obchodního styku

Hodnocení práce

- 1. Význam a náročnost tématu:** 50 %
- 2. Logická struktura práce:** 75 %
- 3. Naplnění cíle práce:** 50 %
- 4. Metodologický postup:** 75 %
- 5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu:** 50 %
- 6. Praktický přínos práce:** 50 %
- 7. Práce s literaturou:** 75 %
- 8. Formální stránka:** 75 %

Závěr

Výsledek: 61.25 bodů

Návrh hodnocení práce známkou: velmi dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce:

Teoretická část obsahuje celkem dobře zpracovanou dostupnou literaturu. Analytická část konkrétní firmy velmi dobře popisuje vývoj a současný stav firmy. Je škoda, že studentka neuvedla jak firma vyhodnotila efekt prováděných propagačních akcí. Akce jsou pouze vyjmenovány a popsány. Chybí také jakékoliv informace o jiných prodejcích konkurenčních firem v daném regionu (Volvo, Mercedes, Škoda, Renault). Návrhy na použití internetu k propagaci jsou dobré.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí:

str. 36. Uveďte fakta, která by potvrdovala vaše tvrzení, že stimulaci podpory prodeje využívají zejména menší firmy s nižší ziskovostí. Str. 43 Vysvětlete v čem spočívá u nás malé oblíbenosti osobního prodeje. V charakteristice makroprostředí se vůbec nezmiňujete o zaměstnanosti ve zkoumaném regionu. Uveďte proč? Byly uvedené propagační akce úspěšné a hodlá je firma opakovat i v dalších letech?

Datum: 16. 09. 2013

Podpis oponenta diplomové práce: