

Posudek oponenta diplomové práce

Autor (jméno, příjmení): Bc. Jana Šmitmajerová

Název diplomové práce: Analýza konkurenceschopnosti vybraného podniku a návrhy jeho propagace

Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku

Fakulta/katedra: Ekonomická fakulta, Katedra řízení

Oponent diplomové práce: Ing. et Ing. Jiří Pudil

Obor profesního působení: Senior Marketing Manager

Hodnocení práce

- 1. Význam a náročnost tématu:* 100 %
- 2. Logická struktura práce:* 100 %
- 3. Naplnění cíle práce:* 75 %
- 4. Metodologický postup:* 100 %
- 5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu:* 75 %
- 6. Praktický přínos práce:* 75 %
- 7. Práce s literaturou:* 75 %
- 8. Formální stránka:* 100 %

Závěr

Výsledek: 86.25 bodů

Návrh hodnocení práce známkou: výborně

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce:

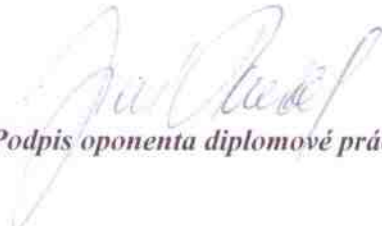
K práci nemám z formálního hlediska připomínky. Autorka zvolila klasické rozvržení pro absolventské práce, které dodržela a jednotlivé celky na sebe logicky navazují. V literárním přehledu je vhodně definována konkurenceschopnost a možnosti jejího mapování a hodnocení. Z názvu práce vyplývá, že by se měla zabývat rovněž propagací, která mi přijde v literárním přehledu lehce opomenutá - nicméně zmínka v přehledu je. K metodice nemám v podstatě žádné připomínky, spíše doporučení. V rámci marketingového výzkumu je velice dobré shromažďovat maximum dat pro klientskou databázi. Pokud bych já osobně prováděl podobný výzkum v tomto rozsahu, snažil bych se zjistit více socio-demografických informací a informací ohledně chování respondentů. Pozitivně hodnotím otázku na Brand Awareness a analýzu portfolia - bývají zajímavým zdrojem pro plánování marketingové komunikace. Analýza vnějšího prostředí je provedena realisticky, s autorčinými názory se ztotožňuji. Analýza vnitřního prostředí by mohla být provedena více hmatatelně (finanční ukazatele atp.), SWOT analýza byla rovněž provedena vhodně, autorka zvažila relativně velký počet smysluplných kritérií. Trochu opomenutá mi opět přijde pasáž, která se věnuje propagaci podniku. Bylo by možná vhodné připravit konkrétní marketingový a komunikační mix včetně analýzy nákladů. Práci celkově hodnotím jako praktickou, kde jsou dobře formulovány závěry a použitý výzkum je až

na pár drobností vhodně naplánovaný a především robustní - což bývá, zejména u absolventských prací, problém. Z pohledu Marketing Managera mě mrzí, že potenciál výzkumu nebyl propojen s přípravou komunikace, ale autorka v závěru nastínila komunikační strategii, která je vzhledem k věku klientely vhodně zvolená (nově, interaktivní a zábavné formy). Analýza konkurenceschopnosti je provedena vhodnými metodami a především realisticky.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí:

Jak se autorka dívá na využití online sociálních sítí v rámci komunikačního mixu a zda by je ne/zařadila do propagace společnosti Glamorous. V práci je uvedeno, že konkureční nevýhodou Glamorou.cz je absence technického vybavení. Jak se díváte na outsourcing těchto služeb a jaké jsou rizika s ním spojená?

Datum: 15. 05. 2013


Podpis oponenta diplomové práce: