

Posudek oponenta bakalářské práce

Autor práce (jméno a příjmení)	Martin NOVÁK
Název práce	Inovace marketingového mixu vybrané firmy
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	VOJTKO Viktor, Ing. Ph.D.
Oponent	Jana Kubínová, Ing

Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu **75 %**
2. Logická struktura práce **75 %**
3. Naplnění cíle práce **100 %**
4. Metodologický postup **100 %**
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu **75 %**
6. Praktický přínos práce **75 %**
7. Práce s literaturou **50 %**
8. Formální stránka **25 %**

Závěr

Výsledek: **76.25** bodů

Hodnocení práce známkou: **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Na první pohled je patrné, že si student nedal velkou práci s formální stránkou práce. Již v úvodu práce by se měla objevit informace o vybrané společnosti, tuto informaci však postrádám. V literární rešerši práce není zřejmé, která citace autora patří k přímé citaci a která k parafrázi. Vlastní práce odpovídá standardu bakalářské práce.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

V subkapitole 2.3.4 Promotion uvádíte, že bývá často tento pojem nazýván jako propagace. Vysvětlíte, zda existuje nějaký rozdíl mezi pojmem promotion a propagace.

Datum: 16.09.2014

Podpis oponenta bakalářské práce