

# Posudek oponenta bakalářské práce

<b>Autor práce (jméno a příjmení)</b>	Nikola BROŽKOVÁ
<b>Název práce</b>	Význam a využití marketingu ve vybrané firmě
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Bakalářský
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Švarcová Marie, Ing. Ph.D.
<b>Oponent</b>	Petr Červinka Ing

## Hodnocení práce

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

## Závěr

Výsledek: **68.75** bodů

Hodnocení práce známkou: **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

### Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Oceňuji:

Některá fakta, která autorka uvedla, byla inspirativní (např. odhad, který tvrdí, že získat nového zákazníka je pětikrát dražší, než udržet si stávajícího zákazníka).

Literatura:

Téma práce je aktuální problematikou, kterou v dnešní době řeší všechny firmy. Autorka mohla použít aktuálnější literární prameny. Z použitých pramenů byly tři citovány přibližně více jak 13x, další pak 17x.

Metodologie:

Jako metodu výzkumu zvolila autorka řízený rozhovor. Jeho výhodou je okamžitá reakce na položené otázky a v případě nejasností přesná interpretace otázky. Ze statistického hlediska autora uskutečnila pouze jeden řízený rozhovor, a to s marketingovým ředitelem. Pro lepší „validitu“ výsledků by bylo vhodné zopakovat tento řízený rozhovor s více lidmi a mít možnost srovnávat výsledky. Dotazník z řízeného rozhovoru není v příloze přiložen.

## Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Z výzkumu vyšlo najevo, že firma považuje vzhled obalu za nedůležitý. Jeden z důvodů je, že slouží pouze jako ochrana výrobku. Toto považuji za omyl, zejména pokud se jedná o menší díly, které tvoří celek v oblasti automotive. Výrazná odlišnost pomáhá při identifikaci potřebných dílů ve skladech.

otázka č. 1

Mohla byste navrhnout, jak se obal může využít a zůstat u odběratele do doby, dokud se nevyčerpá jeho obsah (např. náhradní díly), a zároveň bude tento obal znovupoužitelný – vrátí se výrobcí, aby ho mohl znovu naplnit a odeslat odběrateli? Jaký vliv to bude mít na náklady?

otázka č. 2

Firma se vyjádřila kladně k reklamě na sociálních sítích. Používá firma program Google Analytics, pokud se jedná o mezinárodní firmu? Má firma profil Google+? Mohla byste vysvětlit komisi, jak mohou tyto nástroje pomoci v reklamě (vyhledávání firmy na stránkách Google, analýza dat: kdo, odkud a jak dlouho si prohlíží stránky společnosti)?

Datum: 04.05.2015

Podpis oponenta bakalářské práce