

# Posudek oponenta diplomové práce

<b>Autor práce (jméno a příjmení)</b>	Tereza ŠŤASTNÁ
<b>Název práce</b>	Strategie uvedení obchodní značky na trh
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Navazující
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Štensová Antónia, doc. Ing. Ph.D.
<b>Oponent</b>	Rypáček Luboš Ing

## Hodnocení práce

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

## Závěr

Výsledek: **91.25** bodů

Hodnocení práce známkou: **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

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

Autorce se podařilo zorientovat se v dané problematice. Na základě poskytnutých informací dokázala zanalyzovat současný stav a navrhnout opatření do budoucna. Velmi pozitivně hodnotím provedení dotazníkového šetření, díky kterému získala firma určitou zpětnou vazbu. Na základě těchto zjištění je tak možné upravit další strategii upevnění pozice značky na trhu.

### Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

V navrženém marketingovém plánu zmiňujete hlavní a dílčí cíle - jaké zásady by měly být obecně při stanovování cílů dodržovány?

Ve své práci uvádíte, že cenová úroveň výrobků vybrané značky je vyšší - jaké jsou výhody / nevýhody strategie vysokých / nízkých cen? Jaké existují postupy tvorby cen?

Datum: 05.05.2015

Podpis oponenta diplomové práce