



Posudek oponenta bakalářské práce

Katedra: Řízení

Student: Kněžzková Martina

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název bakalářské práce: Audit marketingové strategie vybrané firmy

Oponent bakalářské práce Ing. Ivana Vojtková

Povolání oponenta: Shelf planner, Ahold Czech Republic

Hodnocení práce:

Volba tématu práce a její význam: (2) vhodné a významné téma

Formulace cílů práce: (2) cíle byly vhodně formulovány

Metodika zpracování: (2) vhodně zvolena a formulována

Práce s daty a informacemi: (3) data zastaralá, práce s informacemi dostatečná

Komentář: Chybí detailnější informace o přímých zákaznících - především pivovarech.

Celkový postup řešení: (2) postup řešení správný, některé kroky neadekvátní

Teoretické zázemí autora: (2) autor některé významné autory opomněl a zná teorii dané problematiky

Práce s odbornou literaturou (citace, norma): (2) autor dodržel citační normu - s výjimkami

Komentář: Pravděpodobně jsou nesprávně použity parafráze místo citací.

Úroveň jazykového zpracování: (2) práce je jazykově zpracována na standardní úrovni

Přesnost formulací a práce s odborným jazykem: (2) autor má dostatečný pojmový aparát

Formální zpracování - celkový dojem: (2) práce je formálně v pořádku, celkový dojem je dobrý

Splnění cílů práce: (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

Formulace závěrů práce: (3) závěry jsou dostatečně formulovány a jsou významné pro další využití

Komentář: Na práci je poznat ne úplně adekvátní orientace autorky v oboru marketingu an průmyslových trzích a nástrojích, které je zde možné využít.

Odborný přínos práce a její praktické využití: (3) práce je po odborné a praktické stránce využitelná

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: velmi dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Jak ještě daná firma může vedle produktových seminářů efektivně ovlivnit své stávající zákazníky, aby její produkty byly více preferovány?

Otázka 2: Úspěšnost inovace na průmyslovém trhu je spojeny s tím, že musí zapadat do podnikatelských model, které aplikují zákazníci. Například samočepování piva - samoobslužné restaurace. Může firma nějak podpořit vznik a růst takovýchto trhů?

Datum: 24. 09. 2008

Podpis oponenta bakalářské práce: