



Posudek oponenta diplomové práce

Autor (jméno, příjmení): Bc. Filip Joanidis, MBA

Název diplomové práce: Uplatnění moderní metody shlukové analýzy při segmentaci trhu

Studijní obor: Obchodní podnikání

Fakulta/katedra: Ekonomická fakulta, Katedra aplikované matematiky a informatiky

Oponent diplomové práce: Pavel Pavlík, PhDr., Ph.D.

Obor profesního působení: informatika a výpočetní technika

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:* 100 %
6. *Praktický přínos práce:* 100 %
7. *Práce s literaturou:* 100 %
8. *Formální stránka:* 100 %

Závěr

Výsledek: 100 bodů

Návrh hodnocení práce známkou: výborně

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce:

Zvolené téma diplomové práce je v současné době velmi aktuální a přínosné. Práce analyzuje reálná data společnosti EON, která patří mezi největší a nejvýznamnější energetické společnosti u nás a v Evropě. Pro statistickou analýzu segmentace trhu byla použita metoda shlukové analýzy dat. V teoretické části práce diplomant popisuje marketingovou segmentaci trhu; využití statistiky v marketingu; metodu shlukové analýzy; metodiky zpracování dat a současné softwarové nástroje pro statistickou analýzu dat. Praktická část práce je logicky členěna od přípravy a formátování dat až po následnou shlukovou analýzu. Pro samotnou analýzu dat bylo použito softwarové prostředí R. Velmi pozitivně hodnotím znalost a práci autora s tímto softwarem (např. příprava dat před analýzou). Práce obsahuje množství grafických a tabulkových výstupů. Použité zdroje jsou dostatečné včetně řady zahraničních titulů. Práci lze prakticky využít v rámci reálného marketingového prostředí za předpokladů, které jsou uvedeny v závěru. Po formální i obsahové stránce hodnotím práci známkou výborně a doporučuji ji k závěrečné obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí:

1) Proč jste pro shlukovou analýzu dat použil právě softwarové prostředí R a ne jiné? 2) Uveďte,

jaké jiné statistické metody lze použít pro účely marketingové analýzy.

Datum: 15. 05. 2012

Podpis oponenta diplomové práce: