

Posudek oponenta bakalářské práce

Autor práce (jméno a příjmení)	Jana JAMRICHOVÁ
Název práce	Využití marketingové činnosti v českých firmách
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Švarcová Marie, Ing. Ph.D.
Oponent	Petr Červinka Ing

Hodnocení práce

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

Závěr

Výsledek: **67.5** bodů

Hodnocení práce známkou: **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Chtěl bych pochválit kreativitu autorky. V bakalářské práci hodnotí a srovnává konkrétní společnost v celorepublikovém měřítku. Toto hodnocení je založené na výsledních vlastního výzkumu, který je také součástí této bakalářské práce.

Závěrem uvádím drobné připomínky, které by autorce mohli být užitečné při zpracování diplomové práce.

Překlepy se stávají každému z nás. Je třeba si dát pozor na překlepy v nadpisech, protože se automaticky generují do obsahu práce.

I v případě precizního plánování se může stát, že věci nejdou podle harmonogramu je třeba data neustále aktualizovat. Zejména si dát pozor na veškeré výpočty, které na sebe navazují, aby nedošlo k nejasnostem.

Pokud v práci použiji výzkumnou metodu, jako je dotazník. Je vhodné tuto metodu charakterizovat a uvést její úskalí a možný vliv na výsledek výzkumu v teoretické části práci.

Je nesmírně důležité, aby v dotazníku byly obsaženy testové otázky, které ukazují reliabilitu výzkumného souboru, zvláště pokud dotazovaná není pod dozorem. Platnost výzkumu do značné míry ovlivňuje velikost výzkumného souboru. Proto doporučuji autorce studium metodologie, aby si

byla vědoma jakýchkoliv rizik a uměla svou práci obhájit před argumenty.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Pro firmy, které byly dotazovány, autorka navrhla celou řadu doporučení. Jedním z nich je, aby marketing chápaly jako komplex činností vedoucí k nalezení a uspokojení potřeb zákazníka. Jaké jsou tedy možnosti marketingového působení na zákazníka?

Proč a jak se provádí segmentace trhu (STP marketing)?

Datum: 10.09.2014

Podpis oponenta bakalářské práce