

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Jana Hanzelková
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Marketingová strategie firmy při vstupu na trh
Oponent práce	Ing. Radomila Soukalová, Ph.D.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	b
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	b
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	a
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	a
7 Metodologická kvalita postupu	20	a
8 Struktura a logika textu	25	b
9 Úroveň teoretické části práce	25	a
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	a
11 Práce se zdroji v textu	25	c
12 Úroveň analytické části práce	25	b
13 Úroveň projektové části práce	25	a
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	a
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	a
16 Jazyková úroveň práce	10	b
17 Formální úroveň práce	10	b
Celkové hodnocení	1,26	B

Kritické připomínky k hodnocení práce:

Nepřehledné číslování použitých zdrojů přináší obtížnou orientaci v teoretické části. U některých analýz doporučuji doplnit postupy a shrnutí závěrů (viz položené otázky).

Otázky k obhajobě:

- 1) Objasněte postup při formulaci analýzy konkurence pomocí Porterova 5-ti faktorového modelu.
- 2) SWOT zpracovaná v diplomové práci působí poměrně subjektivním dojmem. Předložte objektivní argumenty potvrzující jejich objektivní platnost.
- 3) Ovlivní, do budoucna, současná krize, předpokládaná úsporná opatření v hospodaření ČR a módní trend „nebrát se“ zájem o tyto služby?

Ve Zlíně

dne 16.5.2010

Ing. Radomila Soukalová, Ph.D.

Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01