

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Radka Horáková
Název práce	Efektivita podpory prodeje značky se zaměřením na osobní prezentaci
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Josef Kocourek

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	A
2 Nastavení cílů a metod práce	30	A
3 Úroveň teoretické části práce	50	C
4 Úroveň analytické části práce	50	A
5 Úroveň projektové části práce	50	C
6 Splnění cíle práce	60	A
7 Struktura a logika textu	40	A
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	B
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	C
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	A
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,36	B

Připomínky a hodnocení práce:

Studentka předložila dobře zpracovanou práci, avšak některé faktické chyby kazí celkový dojem. Hned na úvod teoretické části se čtenář dozví, že podpora prodeje je součástí marketingového mixu, který má pět základních složek! U diplomové práce je tato chyba neomluvitelná! Studentka k teoretickému vymezení využívá výsledky výzkumu, což je určitě obohacením práce, ale trochu chybí aktuálnost dat. Některé výzkumy jsou již z roku 2007. V kapitole Metodika chybí důkladnější popis zpracované práce. Praktická část je kvalitně zpracovaná. Oceňuji dva zdroje šetření a následné zpracování zjištěných závěrů do SWOT analýzy na konci praktické části. V návrhu projektu chybí finanční náročnost a projekt nepřináší inovativní řešení pro danou problematiku.

Otázky k obhajobě:

1. Vymezte základní rozdíly mezi marketingovým a komunikačním mixem?
2. Domnívá se autorka práce, že ochutnávky pomáhají budovat image značky? Pokud ano, proč?
3. Mohla by autorka doložit finanční náklady pro realizaci projektu?

Ve Zlíně dne 29. 4. 2013

Podpis:

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