

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Matěj Bezemek

Název diplomové práce: Využití inovativního marketingu ve vybraném podniku

Cíl práce: Hlavním cílem DP je provést analýzu inovativního marketingu v Pivovaru Svijany a.s. a následně navrhnout konkrétní opatření na zlepšení.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	x			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	x			
Hloubka provedené analýzy	x			
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	x			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	x			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	x			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	x			
Formulování vlastních názorů diplomantem		x		
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	x			
Stylistická úroveň práce	x			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	x			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací		x		
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			x
	Posouzeno s výhradami			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejich cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Jaký je Váš názor na možné snížení DPH u točeného piva z 21% na 10%?
2. Jaké jsou současné možnosti ekologického balení piv, jejich výhody a nevýhody?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: **výborně**

Datum: 27. 4. 2019

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



DP je zaměřena na využití inovativního marketingu v pivovaru Svijany, a.s.. První část je zpracována pomocí literární rešerše a slouží jako podklad pro praktické zpracování návrhové části. Student vymezuje problematiku inovací, marketingu a následně inovativního marketingu. Praktická část práce je věnována vybranému podniku, jeho podrobné situační analýze a především popisu realizovaných inovačních aktivit.

Student realizoval primární výzkum, jehož cílem bylo zjistit, jak vnímají zákazníci inovace v pivovarnictví a poté konkrétně v pivovaru Svijany. Student dotazník zpracoval úplně samostatně, bez konzultace s vedoucím práce, nicméně jsou dodrženy zásady pro správnou tvorbu dotazníku. Získal 279 odpovědí a vyhodnocení je součástí kapitoly 4.3. V závěru práce student navrhuje tři oblasti možných inovací v oblasti marketingu, které Pivovar Svijany může v budoucnu využít.

Práce má 109 stran včetně příloh, je kvalitně zpracovaná, jak po stránce obsahové, tak formální a její rozsah je dostatečný pro seznámení se s daným problémem.