

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Petra Horáčková

Název diplomové práce: Marketingová strategie firmy-zaměřeno na zákazníky

Cíl práce: Cílem DP je navrhnout na základě situační analýzy návrhy na změnu pro zlepšení vlastní výkonnosti.

Jméno vedoucího diplomové práce: PhDr. 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		

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:

Kterou formu financování byste firmě doporučila a proč?
Kteří noví zákazníci by firma mohla oslovit a jak?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 27.5.2015



.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Diplomantka ve své DP zpracovává situační analýzu malé střední firmy XY. První část je zpracována pomocí literární rešerše a slouží jako podklad pro praktické zpracování návrhové části. Praktická část práce je věnována situační analýze, možnostem získání finančních prostředků a vlastním návrhům marketingové strategie.

Práce má 95 stran a 2 přílohy. Dle mého názoru chybí větší provázání jednotlivých kapitol, teoretické a praktické části a větší propracovanost návrhu marketingových strategií.

