



POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Denisa Henneberková

Název diplomové práce: Uplatňování zeleného marketingu ve vybraném podniku

Cíl práce: Cílem DP je analyzovat uplatňování zeleného marketingu ve společnosti Tchibo a na základě analýzy předložit doporučení týkající se zeleného marketingu pro Tchibo Praha, spol. s r.o. na českém trhu.

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:

V teoretické části prezentujete segmentaci amerických spotřebitelů dle NMI, jak by vypadala segmentace českých spotřebitelů v oblasti environmentálního marketingu?

Co je účelem ekoznačení a jaká je informovanost o ekoznačkách na českém trhu?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: **výborně**

Datum: 15.1.2017

.....
Podpis vedoucího diplomové práce





Diplomantka ve své DP pojednává o uplatňování zeleného marketingu ve společnosti Tchibo. Teoretická část je zpracována pomocí literární rešerše k pojmům zeleného marketingu a společenské odpovědnosti firem. Hlavní část práce je věnována praktickému zpracování vybraného tématu. Nejdříve diplomantka popisuje společnost Tchibo GmbH a potom se věnuje Tchibo Praha, spol. s.r.o a uplatňování zeleného marketingu. Diplomantka zároveň navrhuje určitá opatření pro další rozšíření uplatňování zeleného marketingu v kamenných prodejnách na českém trhu. Společnost Tchibo využívá prvky zeleného marketingu téměř ve všech aktivitách, proto se diplomantka soustředila na návrhy především v oblasti výrobní a komunikační politiky.

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

