



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Vojtěch Michel

Název diplomové práce: Strategie prodeje kolekcí designových svítidel společnosti Lasvit

Cíl práce: Zhodnocení vznikající strategie prodeje analýzou jednotlivých komponent, eventuálně navržení doplnění této strategie

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Jaroslav Demel

	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:

- 1. Jaké obecně vidíte šance českých podniků na zahraničních trzích z pohledu získání pozic na „značkovém“ trhu?**
- 2. Je výhodné či nevýhodné použít jméno společnosti současně jako obchodní značku. Jaká úskalí a jaké bonusy tento postup skýtá?**

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 21.1.2014

.....
Podpis vedoucího diplomové práce





V rešeršní části práce se autor zabývá pojmem strategie, a to v jejích různých obdobích, tedy nejen z pohledu strategického řízení, stanovení vizí a misí podniku, ale zejména pak detailním rozpracováním taktik zejména obchodních aktivit podniku. Cestou od obecného ke konkrétnímu se dostává až k cenové strategii a taktice maloobchodního prodeje. Sledovaná společnost se po úspěšném působení v oblasti designu v architektuře, konkrétně vybavování významných světových stavebních projektů exklusivním osvětlením a dekorativními skleněnými kompozicemi, rozhodla expandovat do oblasti prodeje kolekcí, čili do určitého typu maloobchodního prodeje. Rozbor teoretických zdrojů se v tomto smyslu jeví být dostačujícím, obsahuje i mezinárodně obchodní souvislosti vzhledem k převažujícím mezinárodně obchodním aktivitám sledovaného podniku.

Cílem analytické části bylo zhodnotit, jestli podnik v dosavadním nastavení parametrů a kroků dané strategie postupoval správně, jestli nebyly nějaké zásadní atributy v porovnání s odbornými zdroji opomenuty či špatně pochopeny a zpracovány. Analýza byla provedena poměrně systematicky a po součástech nastavených v teoretické části práce. V detailním pohledu jí však chybí větší hloubka, přesnější zachycení klíčových bodů a ostřejší vyhranění se, jež se zde nabízí. Je však zřejmé, že se autor zabýval velmi citlivou tematikou vybrané společnosti a že nemohl využít a dost možná ani nezískal všechny relevantní informace. V celkovém pohledu práce splnila svůj cíl.

JaK

