



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Lenka Kuželová

Název diplomové práce: Strategie řízení značky

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Zuzana Švandová, Ph.D.

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Květoslava Bartošová

Oponent: - **název firmy:** ČEZ Distribuce, a. s.

- **pracovní zařazení:** Controller - senior

kontakt: kvetoslava.bartosova@cezdistribuce.cz

	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 jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy (uved'te na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

Co Vás přimělo k tomu, abyste si pro svou diplomovou práci zvolila právě řetězec Lidl?

Jakým jiným způsobem byste přistoupila k distribuci dotazníků, aby bylo dosaženo reprezentativnějšího vzorku respondentů?

V závěrečné části práce navrhuje společnosti Lidl několik zajímavých doporučení. Zkoušela jste tato doporučení projednávat přímo se společností? Zvažujete takto učinit?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: Velmi dobře

Datum: 25.1.2016


.....
Podpis oponenta diplomové práce





Předem daný cíl této práce, kterým bylo „zhodnotit současný stav značky a její vnímání zákazníky, odhalit nevyužité příležitosti a navrhnout opatření, která povedou ke zlepšení celkové image a k odstranění případných nedostatků ve strategii řízení značky“ byl v hodnocené práci splněn.

Práce byla koncipována od teoretických znalostí až po jejich aplikaci na konkrétní společnost, tedy potravinový řetězec Lidl. Byla přehledně představena tato společnost, její značka, strategie a v neposlední řadě také společenská zodpovědnost, která je pro vnímání zákazníků velice důležitá.

Po obsahové stránce velice kladně hodnotím poutavý úvod a také množství navržených doporučení v poslední části práce – především možnost placení stravenkami, zapojení společnosti do projektu Národní potravinové sbírky a spolupráci s tzv. „youtuberkou“ na sociálních sítích.

Co se týče nedostatků, dle mého by mělo dotazníkové šetření obsahovat více osob ve starších věkových skupinách, jelikož právě tito lidé zde často nakupují a jejich názor by byl též přínosný. I sama autorka si je vědoma toho, že vzorek není dostatečně reprezentativní. Práce je také rozdělena do celkem jedenácti samostatných kapitol, které by spíše mohly být sdruženy do větších celků.

Vzhledem k tomu, že diplomantka prokázala schopnosti samostatného myšlení a aplikace teoretických znalostí do praxe, hodnotím práci jako velmi dobrou a doporučuji ji k obhajobě.

