



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Pavlína Soprová

Název diplomové práce: Marketingový plán pro malou nebo střední firmu

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Otakar Ungerman, Ph.D.

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Marcela Nováková

Oponent: - název firmy: Technická univerzita v Liberci

- pracovní zařazení: Projektová manažerka

kontakt: 602 243 630

	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 (uved'te na druhou stranu posudku).

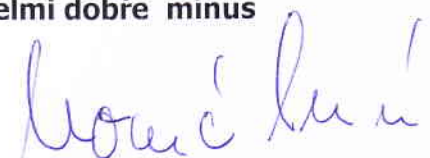
Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Uvažují majitelé podniku o modernizaci zastaralých webových stránek podniku?
2. Proč jste se nepokusila navrhnout účinnější marketingovou strategii s využitím např. on-line marketingu k získání nápadů na nové výrobky?
3. V jaké fázi se nyní aktuálně nachází příprava pěti inovovaných výrobků?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře minus

Datum: 29.5.2018


Podpis oponenta diplomové práce



Diplomantka se ve své diplomové práci zaměřila na problematiku marketingového plánování malých a středních podniků, konkrétně si vybrala společnost Vitrum s.r.o. V první teoretické části diplomové práce správně popsala, jak má ideálně vypadat marketingové plánování firmy a zaměřila se také na inovační proces, který je nezbytný pro dlouhodobý rozvoj každého podniku. V praktické části diplomové práce se diplomantka věnuje detailní analýze vybraného podniku. Návrh inovovat pět výrobků a tím se pokusit zvrátit nepříznivý trend podniku spojený s poklesem zakázek a jako tradiční dodavatel ručně vyráběného skla se stát konkurenceschopnějším na trhu se mi zdá jako velmi zajímavý. Na druhou stranu si myslím, že by se podnik měl více zaměřit na marketing, zmodernizovat webové stránky a pokusit se tak, například i pomocí on-line marketingu, získat nové zákazníky, případně tipy na nové trendové výrobky. Známkou je snížena z důvodů formálních a stylistických. Návrhy diplomantky nejsou příliš propracované a vlastní invence je hodně omezená. Práci doporučuji k obhajobě se známkou velmi dobře mínus.

