

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Pavlína Horná
Název diplomové práce: Tvorba marketingového plánu vybraného podniku
Jméno vedoucího diplomové práce: PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.
Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Eva Kudrnová
Oponent: - **název firmy:** BMTO GROUP a.s.
- **pracovní zařazení:** finanční ředitelka **kontakt:** kudrnova@bmtto.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 jejich cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1/ Byly v analýzách podniku zohledněny názory zaměstnanců podniku? Případně byly zohledněny jejich názory v rámci navrhovaného marketingového plánu?
- 2/ Je stanovený finanční rozpočet na navrhovaný marketingový plán v souladu s celkovou finanční situací firmy? Nebude, například, vybudování nové pobočky příliš riskantní a nákladné?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: VELMI DOBŘE

Datum: 14. 5. 2018

.....
Podpis oponenta diplomové práce



Studentka si pro svou diplomovou práci zvolila téma z oblasti marketingu, konkrétně tvorbu marketingového plánu vybraného podniku. Jedná se o téma velmi aktuální, které pro svou činnost potřebuje prakticky každá společnost, která má zájem upevnit či zlepšit své postavení na trhu. Diplomová práce byla rozdělena do dvou logicky na sebe navazujících celků – část teoretickou a část praktickou. Praktická část svým zpracováním vychází z poznatků získaných právě v teoretické části. Studentka tyto získané informace vhodně zpracovala přímo do praktického prostředí vybrané organizace.

Práce je celkově velmi dobře zpracována. Studentka se v rámci teorie zaměřila na základní analytické nástroje, které jsou v rámci marketingu využívány. Ve stejném duchu se nese celkový obsah práce. Diplomová práce je dobře strukturována, přehledně zpracována. Ač výsledek celé práce je přehledný a srozumitelný, výsledný plán je zpracován jen velmi stručně, bez hlubší analýzy či významu. Co se týká dalších mírných nedostatků, ty jsem našla v oblasti formální úpravy textu a také v rámci stylistické úrovně. Posledním malým nedostatkem, který bych zmínila je, že použití zahraniční literatury je zde omezeno na minimum. I přes zmíněné nedostatky hodnotím diplomovou práci, jako celek, kladně a to zejména s ohledem na závěrečnou část, kdy studentka přehledně zpracovala marketingový plán, včetně jednoduchého finančního propočtu. Studentka splnila stanovený cíl své diplomové práce.