



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: *Bc. Jasmína Marková*
Název diplomové práce: *Uvedení nového výrobku firmy HOLS, a.s. na nový trh*
Jméno vedoucího diplomové práce: *Ing. Otakar Ungerman, Ph.D.*
Jméno oponenta diplomové práce: *Mgr. Aleš Navrátil*
Oponent: - název firmy: *TATRA TRUCKS a.s.*
- pracovní zařazení: *manažer marketingu* kontakt: *605 772 109*

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	✓			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	✓			
Hloubka provedené analýzy		✓		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	✓			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	✓			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	✓			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	✓			
Formulování vlastních názorů diplomantem	✓			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	✓			
Stylistická úroveň práce		✓		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	✓			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	✓			

Slovní hodnocení a připomínky k diplomové práci v rozsahu minimálně deseti řádků uveďte, prosím, na druhou stranu posudku.

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1. Jaká kritéria vyhlásila a vybrala země pro zavážení nového výrobku fy HOLS, a.s. Polsko, Velká Británie a Slovensko?*
- 2. Jak by se změnila úroveň práce a název práce ve finále?*

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

velmi dobře

Datum: *19. 1. 2014*

A. Navrátil
Podpis oponenta diplomové práce



Zadání diplomové práce Bc. Zuzany Markové udávalo název tématu „Uvedení nového výrobku firmy HOLS, a.s. na nový trh“. Nicméně v anotaci práce je cíl formulován jako „úspěšné proniknutí na trh s novým výrobkem – Chytrón“. Hlavní zaměření tématu „nový výrobek na nový trh“ se tedy v práci posunuje. Faktické zjištění však vysvětlení nabízí. Vratislavskému pivovaru nebyla tato možnost vzhledem k jeho finanční situaci nyní doporučena. Diplomantka tedy místo tohoto zanalyzovala zavedení, resp. marketingový mix znovuzavedení piva Chytrón na český trh. Téma diplomové práce mělo být s ohledem na tuto skutečnost však upraveno.

Práce je koncipována logicky, diplomantka chronologicky volí metody, sled kapitol a prezentaci faktů, poznatků a názorů, pečlivě vysvětluje souvislosti a dopady až k samotnému závěru. K obsahové stránce bych vytknul zavádějící vyúčtování nákladů na založení pobočky ve Finsku (str. 76), kdy diplomantka vyúčtovává náklady na roční provoz spolu s některými náklady na zprovoznění pobočky a označuje je za zmíněné náklady na založení pobočky.

Ke cti autorky je třeba vzít v úvahu fakt, že se snažila analýzu uchopit hloubkově a získávala data nikoli pouze z literatury, ale i „v terénu“. Nejsem ale přesvědčen, že deník MF Dnes je jako periodikum pro marketingovou komunikaci zvolen správně s ohledem na cílovou skupinu – tedy mladé lidi a ženy.

Některá zevšeobecnění autorčina názoru nejsou podložena, např. vyhodnotit bez odkazu na rozhodnutí zodpovědné osoby pivovaru 90 624 Kč za „ekonomicky přiměřenou částku“ k aktuální finanční situaci pivovaru je odvážné.

Diplomová práce Bc. Zuzany Markové je napsána čtivě. Bohužel však obsahuje přes 20 gramatických chyb, a to velmi často v interpunkci, rovněž však v psaní s a z či i a y.

Celkově se ovšem jedná o velmi dobrou práci s promyšlenou strukturou a přesvědčivými závěry na základě věrohodného sběru dat a systematické práce autorky.



Slovní hodnocení diplomové práce:

velmi dobře



Podpis oponenta diplomové práce



