



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Barbora Korečková

Název diplomové práce: Návrh marketingové strategie pro vybraný podnik

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

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. František Mejsnar

Oponent: - **název firmy:** Ontex CZ s.r.o.

- **pracovní zařazení:** Supply Chain Manager

- **kontakt:** frantisek.mejsnar@ontexglobal.com, +420 720 955 319

	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) Můžete vysvětlit další parametry, kromě nákladů, která vstupují do rozhodování o tom, kterou variantu zvolit jako nejvhodnější?
- 2) Můžete blíže představit další návrh, a to snížení komplexity? Jaké pozitiva a negativa tento návrh nese? Jak si myslíte, že budou reagovat zákazníci?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 18.8.2023

.....
Podpis oponenta diplomové práce



Diplomantka se ve své diplomové práci rozhodla zabývat oblastí strategického řízení a návrhu produktové strategie pro společnost Ontex CZ s.r.o.

V teoretické části se úspěšně snažila o uvedení čtenáře do problematiky strategického řízení, od úplných základů každé společnosti – jako je vize, poslání a strategie, aby nastavila základ pro následný výklad strategií marketingového mixu a to hlavně se zaměřením na produktové strategie, včetně metod na určení té nejvhodnější, včetně způsobů její implementace. V kapitole 3 *Metodika práce* popisuje jednotlivé metody, které byly použity při psaní praktické části.

Začátek praktické části je očekávatelně věnován představení firmy Ontex CZ s.r.o., představena je historie i organizační struktura, hodnoty, na kterých je společnost vybudována, ale hlavně produktové portfolio. V druhé části aplikuje diplomantka metody představené v kapitole 3 na zvolený podnik. V poslední, nejdůležitější části, se již věnuje návrhu produktové strategie. V této části se naplno projevuje znalost problematiky, jakož i prostředí společnosti. Obzvláště zpracování jednotlivých možností pro automatizaci výroby, kalkulaci investic, porovnání s úsporami, ale i zohlednění dalších limitujících parametrů (např. požadavků zákazníku) a vyhodnocení nejvhodnější strategie je velice zdařilé.

Téma diplomové práce bylo zvoleno vhodně, v teoretické části se dalo jít do většího detailu, nicméně i tak tato část dostačuje k pochopení tématu a vybavuje čtenáře dostatečnými informacemi potřebnými pro praktickou část. Řazení jednotlivých částí je logické a pomáhá k pochopení textu. Vhodně jsou použity zejména tabulky v praktické části, včetně té závěrečné porovnávací jednotlivé varianty. V praktické části diplomantka dokázala teoretické znalosti aplikovat v praxi a je cítit, že v této části se diplomantka cítí výrazně sebevědoměji, proto doporučuji DP k obhajobě a navrhuji klasifikovat stupněm **velmi dobře**.