



POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Johanka Mewaldová

Název diplomové práce: Optimalizace marketingu v podniku

Cíl práce: Cíl DP je na základě zpracované situační analýzy navrhnout optimalizaci marketingu v podniku.

Jméno vedoucího diplomové práce: doc. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu studujícíím:				
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 studenta zpracovat získané podklady	x			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	x			
Formulování vlastních názorů studentem		x		
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		x		
Stylistická úroveň práce		x		
Práce s českou literaturou, vč. odkazů a citací		x		
Práce se zahraniční literaturou, vč. odkazů a citací		x		
IV. Posouzení výsledku kontroly plagiátorství:				
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			x
	Posouzeno s výhradami			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření, úrovně spolupráce studenta s vedoucím práce, formální úpravy a práce s literaturou a její citace (uved'te na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1) Co je konkurenční výhodou společnosti Caparti?
- 2) Co na návrhy optimalizace marketingu říká majitelka firmy?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 26.7.2023

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Diplomantka ve své DP pojednává o optimalizaci marketingu. První část je zpracována pomocí literární rešerše a slouží jako podklad pro praktické zpracování návrhové části. Praktická část práce je věnována firmě Caparti. Nejdříve diplomantka popisuje marketingový mix ve firmě a následně se věnuje situační analýze firmy. Na základě této analýzy a výsledků marketingového výzkumu je v poslední části navržena optimalizace marketingových nástrojů.

Práce má 92 stran včetně příloh a studentka spolupracovala s vedoucí DP intenzivně až v závěrečném období dokončování DP.