

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Veronika Janáčková
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Marketingová strategie firmy Rademaker, s.r.o. při vstupu na nový trh B2B
Oponent práce	Ing. Radomila Soukalová, Ph.D.

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	b
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	c
3	Přístup ke konzultacím	15	
4	Samostatnost při zpracování	10	
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	b
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	c
7	Metodologická kvalita postupu	20	c
8	Struktura a logika textu	25	c
9	Úroveň teoretické části práce	25	c
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	a
11	Práce se zdroji v textu	25	b
12	Úroveň analytické části práce	25	c
13	Úroveň projektové části práce	25	c
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	b
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	c
16	Jazyková úroveň práce	10	b
17	Formální úroveň práce	10	b
Celkové hodnocení		1,52	C

Připomínky k hodnocení práce:

Práce splňuje základní požadavky na kvalifikační práci. Určité nedostatky obsahuje analytická část především ve zpracování analýz. Realizované analýzy nemají jasně vymezeny hodnotící kritéria a u mnoha tvrzení autorky nejsou zřejmé relevantní zdroje informací. Analýzy tak působí subjektivním dojmem.

Otázky k obhajobě:

- 1) Vysvětlete, konkrétně, hypotézu č. 1 formulovanou na straně 36 a jasně prezentujte její ověření.
- 2) Formulujte použitá kritéria při hodnocení konkurence na str. 50 diplomové práce.
- 3) Vysvětlete konkrétní postupy při formulaci SWOT analýzy.
- 4) Uveďte konkrétní závěry a východiska realizovaných analýz, které byly využity pro tvorbu projektových návrhů.

Ve Zlíně

dne 16.5.2010

Ing. Radomila Soukalová, Ph.D.

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01