

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Michal Hotmar
Název práce	Strategický marketingový plán firmy RIM-CZ, spol.s r.o. pro rok 2013-2016
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Ing. Radomila Soukalová, Ph.D.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	a
2 Nastavení cílů a metod práce	30	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	c
5 Úroveň projektové části práce	50	b
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,29	B

Připomínky a hodnocení práce:

Předložená diplomová práce je ve své podstatě zpracovaný Marketingový plán firmy pro období 2013-2016. Struktura práce, naplnění tématu a rozsah jsou v souladu s požadavky na kvalifikační práci. Celkově má práce velmi dobrou úroveň, nicméně praktická část obsahuje určité nedostatky, které je potřebné zmínit. U SWOT analýzy není zcela jasně interpretován postup vzniku. I když autor upozorňuje na její subjektivitu (snažil se však být maximálně objektivní) očekávala bych více informací k formulaci jednotlivých faktorů. Také není zcela vyjasněn postup srovnání dvou SWOT analýz a vyhodnocena společná či rozdílná místa obou SWOT analýz. Oceňuji osobitý přístup k Porterově analýze, zvolený způsob hodnocení. Tuto analýzu autor bohužel tzv. nedotáhl do konce. Není provedeno závěrečné vyhodnocení konkurenčních sil (jak současných tak i budoucích). U realizované mapy tržního bojiště bych doporučila u obhajoby doplnit její vyhodnocení, jaké informace byly získány a k čemu byly použity. Velmi pozitivně hodnotím analýzu zahraničních trhů. Tato analýza je náročná na sběr, stanovení kritérií a vyhodnocení dat. Při obhajobě doporučuji přehledněji interpretovat její výsledky. V závěru praktické části bych doporučila stručně charakterizovat výsledky všech analýz, a to především ve smyslu přínosů pro tvorbu návrhu marketingové strategie. Projektová část obsahuje návrh marketingového plánu, ve kterém se autor nezmiňuje o rizicích a kritických místech a jejich případných řešeních, prosím o doplnění u obhajoby. Celkově práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Objasněte tvorbu SWOT analýzy. Pokuste se vytvořit (z dostupných dat) matici významnosti jednotlivých faktorů a jejich kvality.
2. V práci uvádíte dvě SWOT analýzy. Ve kterých faktorech došlo ke shodě a ve kterých k diametrálním odlišným výstupům?
3. Které zahraniční trhy, dle provedené analýzy, jsou pro vstup firmy nejvhodnější a které nikoliv.

Ve Zlíně dne 9. Května 2013

Podpis: Radomila Soukalová