

Posudek
oponenta diplomové práce
(UPa, FES - Ústav ekonomiky a managementu)

Diplomová práce s názvem Analýza a zhodnocení podnikové strategie a konkurenční výhody společnosti Volvo Group

Posluchač (student) Ivana Johnová

Oponent Ing. Martina Maštálková
Marketing Communications & PR Manager
Volvo Truck Czech s.r.o.

Po podrobném seznámení se s diplomovou prací a po pečlivém studiu uváděných údajů mohu k práci slečny Ivany Johnové uvést následující:

Její práce, zaměřená na analýzu a zhodnocení podnikové strategie a konkurenční výhody společnosti Volvo Group, vykazuje vynikající schopnost diplomantky zpracovat dané téma samostatně. Z celé práce je zřejmá velmi dobrá teoretická znalost uváděné odborné literatury i její syntetická aplikace při koncipování celé práce.

Kromě toho jsem přesvědčena, že ke komplexnosti zpracovávaného tématu pozitivně přispěla diplomantčina správná volba hodnocení podnikové strategie, a to Balanced Scorecard.

Svým slohem i způsobem dokumentace přehledně uváděnými grafy a tabulkami je tato diplomová práce nadprůměrná.

Velmi kladně hodnotím i její již zmiňovanou komplexnost ve způsobu přístupu k danému tématu a v porovnání s relevantními interními firemními dokumenty ji považuji za nejucelenější dostupný materiál.

Jako výbornou hodnotím velmi pravděpodobnou možnost praktické aplikace zpracovaných poznatků pro dosažení cílů vytyčených obchodním plánem pro rok 2011 – 2015. Z kritických připomínek se pouze domnívám, že by, s ohledem na vysokou celkovou úroveň práce, stálo za úvahu více rozvést měřítka, která nejsou společností Volvo Group aplikována, tj. přizpůsobování potřebám zákazníků a růst/pokles počtu zákazníků.

Hlavní přednost práce spatřuji v možnosti jejího praktického využití. Diplomantka si při zpracování počínala samostatně, výborně aplikovala své teoretické i praktické vědomosti. Logická stavba práce je spolu s použitými metodami zpracování i splněním cíle práce nadprůměrná.

Ze shora uvedených důvodů diplomovou práci doporučuji k obhajobě a navrhuji klasifikaci **výborně**.

Otázky: 1. Po konstatování na str. 75, kdy Volvo Trucks při hodnocení podnikové strategie nevyužívá dvě měřítka, tj. přizpůsobování potřebám zákazníků a růst/pokles počtu zákazníků, prosím přibližte metody hodnocení.

2. Jakým způsobem byste lokálně navrhla možnosti efektivního využití hodnocení u obou případů?

Datum: 16.5.2010

Podpis:

