

## Oponentský posudek diplomové práce

<b>Název diplomové práce:</b> Marketingová strategie stavební společnosti
<b>Autor práce:</b> Bc. Markéta Páleníková
<b>Oponent:</b> Ing. Martin Havelka

### Hodnocení práce:

#### **Přístup studenta k zadanému úkolu, zvolený postup řešení z hlediska současných metod:**

Přístup autorky diplomové práce respektoval podnikovou kulturu společnosti, založenou na upřímné komunikaci. Autorka velmi přehledně a přesně zmapovala současný stav marketingových procesů ve firmě, jasně pojmenovala oblasti trhu, druhy produktů, systém řízení a výrobní procesy. Z provedených analýz autorka správně definovala, že v současné době neexistuje jasně prezentovaná marketingová strategie podniku, nicméně zcela přesně rozpoznala, že tato strategie existuje intuitivně při řízení společnosti Chládek a Tintěra Pardubice. Fungování této společnosti je jasným důkazem, že marketingové a kreativní myšlení je základním principem řízení společnosti.

#### **Dosažené výsledky, jejich správnost a možnost praktického využití:**

Autorka diplomové práce navrhuje na základě provedených analýz zpracování marketingové strategie, která bude prezentována ve společnosti. Jasně se věnuje vývoji produktů na stávajících trzích, velmi dobře zpracovala tři možné marketingové strategie - maximalistickou, realistickou a pesimistickou. Zvláště si cením zpracování výklenkové strategie podniku, kterou společnost během svého vývoje používala při zavedení nového produktu na stávající trhy. Dle mého názoru je možné zpracované závěry použít pro diskusi o zpracování podnikové marketingové strategie.

#### **Jak práce odpovídá normám, zákonným ustanovením a předpisům:**

Obsah práce akceptuje normy a předpisy, včetně firemní legislativy podniku.

#### **Formální náležitosti (přehlednost, úprava apod.):**

Diplomová práce je zpracována přehledně, je logicky řazená. Autorka často použila grafická znázornění (např. pro procesy řízení), která jednoduše popisují složité procesy.

**Obsahuje práce originální řešení vhodné pro autorské osvědčení, patent apod.? NE**


**Připomínky a dotazy k práci:**

1. Proč si myslíte, že je vhodné mít zavedený marketing ve stavební firmě?
2. Jaké přínosy vidíte ve stanovení marketingové strategie pro danou firmu?

Zajímavou otázkou pro stanovení marketingové strategie bude vliv nového pravicového uspořádání po právě skončených volbách do Parlamentu ČR a vlivu hospodářské krize v následujících letech.

**Práci klasifikuji stupněm:** Výborně (1)

V Pardubicích dne 31.5.2010 .



Ing. Martin Havelka  
marketingový ředitel spol. Chládek a Tintěra Pardubice a.s.