

OPONENTSKÝ POSUDEK NA DIPLOMOVOU PRÁCI

Jméno studenta	Bc. Šárka PETŘÍKOVÁ
Téma práce	ZPŮSOBY OVLIVŇOVÁNÍ STÁVAJÍCÍCH I POTENCIONÁLNÍCH ZÁKAZNÍKŮ A NÁZORY VEŘEJNOSTI NA TYTO METODY
Cíl práce	Cílem práce je na základě empirického šetření zjistit názory obyvatel České republiky na marketingové metody získávání zákazníků a jejich přesvědčování o koupi produktu i služeb.
VEDOUCÍ diplomové práce	PhDr. Josef DUPLINSKÝ, Ph.D.
OPONENT diplomové práce	RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

náročnost tématu na	úroveň		
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná
teoretické znalosti	x		
praktické zkušenosti	x		
podkladové materiály (vstupní data) a jejich zpracování	x		

kritéria hodnocení práce	úroveň			
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná	nelze hodnotit
stupeň splnění cíle práce	x			
logická stavba práce	x			
práce s českou literaturou včetně citací	x			
práce se zahraniční literaturou včetně citací		x		
adekvátnost použitých metod	x			
hloubka provedené analýzy	x			
stupeň realizovatelnosti řešení	x			
formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	x			
stylistická úroveň	x			
nároky BP na podkladové materiály, konzultace, průzkumy ...	vysoké x	průměrné	nižší	nejsou
použití analýz, matem. statistických a jiných metod, komparací apod.	ve velké míře x	přiměřené x	částečné	absentuje
využitelnost námětů, návrhů a doporučení k řešení problému	ve větší míře x	částečná	nižší	nevyužitelnost
obsah a relevantnost příloh v textu či příl. části BP (tabulky, grafy, propočty apod.)	vysoce funkční	funkční x	méně funkční	neuspokojivé

Odpovídající hodnocení jednotlivých hledisek označte:

x

Připomínky a otázky k obhajobě:

Předkládaná diplomová práce má 96 stran textu a skládá se z následujících kapitol: Marketing jako základní nástroj ovlivňování zákazníka, Psychologie trhu, Sociologický výzkum, Metodologická východiska výzkumu, Interpretace výsledků výzkumu.

Autorka v diplomové práci zpracovává nanejvýš aktuální téma, zasahující do života celé společnosti i jednotlivce. Práci řeší tradičně – v první části teoretickým exkurzem do dané problematiky a následnou rozsáhlejší potom empirickým výzkumem.

Obě části jsou řešeny na velmi dobré úrovni, plně odpovídající požadavkům kladeným na diplomové práce. Teoretické pasáže jsou odborným a smysluplným vstupem do problematiky; empirické potom logickým šetřením daného tématu. Metodologicky je práce velmi pěkně pojata; konstrukce dotazníku je velmi pečlivě připravena a jeho následné zpracování svědomitě a detailně řešeno. Práce je navíc velmi čtivá, stylisticky i jinak bez závad a i graficky zdařilá.

Co snad v práci mírně postrádám je snad hlubší zamyšlení nad fungováním konzumní společnosti, ale je zřejmé, že to nebylo předmětem práce a nelze jej ani plně postihnout v pracích diplomových; navíc takové zamyšlení by vyžadovalo asi poměrně rozsáhlý filozofický náhled, zcela přesahující dané téma a jeho řešení.

Celkově lze konstatovat, že práce je v daném rozsahu a zadání zpracována výborně a po všech stránkách na velmi pěkné úrovni; plně odpovídající všem požadavkům kladeným na diplomové práce. Z výše uvedených důvodů tedy doporučuji diplomovou práci Bc.Šárky Petříkové k obhajobě a navrhuji její hodnocení stupněm VÝBORNĚ.

Otázky k obhajobě:

- 1. Marketingové metody v sobě mohou jistě obsahovat i řadu manipulativních aspektů.***
 - Jak se díváte na tuto problematiku? Myslíte, že mají nějaký negativní vliv na život společnosti či jedince?*
 - Zkuste říci příklady?*

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň:

Výborně

OPONENT diplomové práce:

Jméno, tituly:

Podpis:

RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

V Pardubicích dne: 31. května 2012

