

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno diplomanta	Pavína Hajzlová
Téma práce	Marketingový výzkum spokojenosti zákazníků
Cíl práce	Cílem práce bylo sestavit, aplikovat a vyhodnotit marketingový výzkum spokojenosti zákazníků ve vybraném podniku.
Vedoucí diplomové práce	Ing. Kateřina Kantorová, 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 DP na podkladové materiály, konzultace, průzkumy ...	vysoké X	průměrné	nižší	nejsou
použití analýz, matem. statistických a jiných metod, komparací apod.	ve velké míře X	přiměřené	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 DP (tabulky, grafy, propočty apod.)	vysoce funkční	funkční X	méně funkční	neuspokojivé

Odpovídající hodnocení jednotlivých hledisek označte:

X

Připomínky a otázky k obhajobě:

Předložená diplomová práce na téma Marketingový výzkum spokojenosti zákazníků je rozdělena do sedmi základních kapitol. První čtyři kapitoly je možno označit jako teoretický základ diplomové práce. Autorka se v nich věnuje vymezení základních pojmů, procesu marketingového výzkumu, dotazování a spokojenosti zákazníka. V páté kapitole představuje vybraný podnik BANG – výrobky z pletené kůže a provazů. Za hlavní kapitolu celé diplomové práce je možno kapitolu šestou, kde diplomatka provádí již avizovaný marketingový výzkum. Tato kapitola vyústí v následujícím textu, který již obsahuje samotná doporučení zlepšení současného stavu.

Celkově práci je možno hodnotit jako velmi dobrou, a to z následujících důvodů. Velmi podrobně je proveden marketingový výzkum. Jako slabší část práce je však nutno považovat práci s odbornou literaturou. Autorka sice prokázala schopnost práce s ní, ale aby byla práce hodnocena výborně, bylo by nutné pracovat s více zdroji, než je uvedeno v Použité literatuře.

Otázky k obhajobě:

1. Je možno začlenit sociální sítě do marketingového mixu daného podniku?
2. Jaký měla vliv ekonomická krize na marketingové aktivity dané firmy? Jak negativním dopadům této krize bude společnost předcházet pomocí marketingových nástrojů v budoucnosti?

Práce je ~~není~~ doporučena k obhajobě (nehodící se škrtněte)

Navržený klasifikační stupeň:

Velmi dobře

Do rámečku vypsát slovní hodnocení z této škály: výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl/a

Oponent diplomové práce:

Jméno, tituly: Ing. Zdeněk Brodský, Ph.D.

Podpis:

V Pardubicích dne 21. května 2014