

Posudek oponenta diplomové práce

Diplomová práce: **Komunikační mix výrobního podniku**

Posluchač (student:): **Bc. Veronika Svobodová**

Oponent (titul, jméno a příjmení, funkce, zaměstnavatel): **Mgr. Marie Horská, vedoucí marketingu, KOPOS KOLÍN a.s.**

Požadavky vyplývající ze zadání práce „Komunikační mix výrobního podniku“ diplomantka splnila.

V úvodu v prvních 2 kapitolách se zabývá teorií a základními pojmy v marketingu. V dalších kapitolách navazuje praktickými poznatky: seznámení s výrobním podnikem, analýza externího a interního prostředí, rozbor marketingové strategie a taktiky podniku, analýza komunikačního mixu a na závěr nastiňuje možné návrhy pro zlepšení.

Metody, které diplomantka použila, tj. kompilace z literatury, analýzy a doporučení, hodnotím jako správné.

Práce je logicky členěná na teoretickou a praktickou část a je bohatě doplněná obrazovými přílohami.

V prvních 2 kapitolách seznamuje čtenáře s teorií a se základními pojmy v marketingu. Na teorii navazuje představení firmy, její historie a sortiment. Následuje analýza marketingové strategie a taktiky podniku a podrobný rozbor využívaných komunikačních nástrojů. Na závěr diplomantka zařadila návrhy na změny v komunikačním mixu.

Práce je přiměřeně obsáhlá, zaměřená na cílové sdělení, nezatěžuje nepodstatnou teorií. Převažují praktické poznatky a obohacující náměty.

Pro praxi je přínosem podrobný rozbor vnějších a vnitřních vlivů společnosti a rozbor její marketingové činnosti. Největší přínos spatřuji v poslední 6. kapitole, zabývající se návrhy změn komunikačního mixu.

Pro svou práci použila diplomantka adekvátní **literární zdroje**, počínaje literaturou světových marketingových odborníků přes práce české provenience a podnikové materiály. Kladně rovněž hodnotím orientaci v informačních zdrojích na elektronické síti. Citací využívá smysluplně v souladu s obsahem.

Práce po formální stránce vyhovuje standardu, jazyková úroveň svědčí o bezchybném zvládnutí mateřského jazyka.

Práci hodnotím jako **výbornou a doporučuji k obhajobě**.

Otázky k obhajobě:

- Co patří do komunikačního mixu B2B a jak ho rozšířit v daném výrobním podniku
- Jak obohatit podnikovou identitu obecně a u daného podniku
- Personalizace maskota a možná kontraproduktivita

Datum: 20. 5. 2013

Podpis:

