

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno studenta	Mgr. Pavla Hančíková
Téma práce	Vliv značky na kupní chování
Cíl práce	Cílem práce je navrhnout na základě dotazníkového šetření marketingovou strategii pro firmy poskytující rychlé občerstvení.
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:

Autorka v teoretické části vyváženě přibližuje všechny aspekty sledované problematiky, ovšem lze jí vytknout rozsáhlejší úseky volných citací od jednotlivých autorů (i několik odstavců po sobě), na druhou stranu je třeba ocenit větší množství zdrojů, ze kterých čerpala. Dalším kladem je velké množství informací o preferencích spotřebitelů, které autorka získala vlastním dotazníkovým šetřením, ale opět na druhou stranu výsledná marketingová strategie, která měla být postavena na základě tohoto šetření, je poměrně obecná.

Oponent práce pokládá následující otázky:

1. Jakým způsobem jste stanovila, vzhledem ke zvolené cílové skupině, potřebnou velikost vzorku respondentů. Zdá se Vám počet respondentů dostačující?
2. Z otázky č. 23 v příloze A nevyplývá, ze kterých fastfoodů respondent vybírá ten nejméně oblíbený, protože není zřejmé, které z nich již navštívil a které ne. Jak byste vyřešila tento problém? Resp. jak byste modifikovala dotazník?

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: Michal Kuběnka, Ing., Ph.D.

Podpis:

Funkce, zaměstnavatel: Odborný asistent na Ústavu podnikové ekonomiky a managementu,
Fakulta ekonomicko-správní, Univerzita Pardubice

V Pardubicích dne: 20. 8. 2014