

## Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. Nikola Čermáková  
Název diplomové práce: Vnímání marketingové komunikace vybrané společnosti  
Vedoucí práce: Mgr. Pavla Jindrová, Ph.D.  
Oponent práce: Mgr. Hana Boháčová, Ph.D.  
Pracovní pozice oponenta: Odborný asistent, Univerzita Pardubice

## Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Ostatní připomínky k práci

Předkládaná diplomová práce se zabývá zhodnocením vnímání marketingové komunikace společnosti Decathlon. První část práce je věnována teoretickým základům marketingu a marketingové komunikace. Dále je představena společnost Decathlon Česká republika a její marketingová komunikace. V další části práce jsou vyhodnoceny výsledky provedeného dotazníkového šetření a na jejich základě jsou uvedena doporučení pro společnost. Cíl práce byl, dle mého názoru, splněn. Po rozsahové i formální stránce je práce rovněž v pořádku. Doporučila bych ale ještě důkladnou jazykovou korekci, protože gramatické a stylistické chyby bohužel poněkud kazí jinak velmi příznivý dojem z práce.

## Otázky a náměty k obhajobě

Jak uvádíte na straně 47, relevantními respondenty vašeho dotazníkového šetření jsou všichni obyvatelé České republiky ve věku 15 let nebo více. V průzkumu samotném jsou ale převážně zastoupeny nižší věkové kategorie (s čímž souvisí i nižší příjmy respondentů). Jakými cestami by bylo možné oslovit širší spektrum respondentů – napříč cílovou skupinou společnosti Decathlon?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.  
Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 18.5.2024

Podpis .....