

# POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta:** Lucia Špáníková

**Název práce:** Typologie zákazníků společnosti Jdu běhat s.r.o.

**Cíl práce:** Cílem této práce je vytvořit konkrétní typologii zákazníků Jdu běhat s.r.o. – segment rekreačních běžkyň a poskytnout tak kvalitní podklad pro tvorbu marketingové komunikace. Dílčím cílem je prohloubit vědeckou teorii v dané problematice.

**Jméno oponenta:** Mgr. William Crossan Ph.D

**Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):**

## **Celková náročnost tématu na:**

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

Stupeň splnění cíle práce	dobře
Logická stavba práce	dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	velmi dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Nemohu posoudit jazyk

## **Praktická/teoretická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

## **Hodnocení práce:**

Koncept této práce je dobrý a práce obsahuje velmi dobré teoretické základy. Autorka používá složitější metodologii než můžeme běžně vidět u diplomových prací. Nicméně dokončená segmentace se týká jen současných zákazníků Jdu běhat, s.r.o. a nikoliv rekreačních běžkyň, jak je uvedeno v cíli této práce. Dále práci chybí odpovídající jasná interpretace výsledků a adekvátní porovnání výsledků s dřívějším výzkumem. Práce se jeví jako nedokončená a stručná.

## **Připomínky:**

Úvodní část dobře vystihuje cíl práce.

Teoretické pozadí práce obsahuje široké spektrum zdrojů, což demonstruje autorčiny znalosti a pochopení tématu. Zahrnuje i autorčiny komentáře. Sekce o segmentaci trhu je velmi dobře napsaná. Autorka nepodává jen definice a vysvětlení konceptů, ale dává do souvislosti klasické texty s novým výzkumem a svými vlastními závěry.

Ne všechna fakta uvedená v teoretické sekci jsou citována (např. strana 14) a chybí i kontrola při aplikaci dat z výzkumu na demografii (např. trendy z Ameriky jsou prezentovány jako celosvětové).

Sekce „Výzkumy realizované v rámci České republiky“, a „Jdu běhat s.r.o.“ nejsou správně citovány.

Metodologická sekce je popisná a dostačující. Vybraná metodologie je adekvátní vzhledem k cíli práce. Oceňuji autorčin výběr složitější metodologie, než můžeme vidět u většiny našich studentů magisterského studia.

U grafů 7-11 není uvedena žádná diskuse, ačkoliv předchozí grafy obsahovaly interpretační diskusi. Tyto grafy a obrázek 2 obsahují velké množství informací, které nejsou vysvětleny ani interpretovány.

Většina údajů v syntetické sekci měla být uvedena v sekci výsledků. Dále autorka nedokázala porovnat nebo dát do souvislostí své výsledky s teoretickými základy.

Tabulkám v syntetické sekci chybí nejen interpretace, ale nejsou jasně označeny. Jsou proto nejasné a nekompletní.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Váš výzkum a segmentace jsou založeny na motivacích těch, které se již zúčastnily kurzů nabízených Jdu běhat, s.r.o. Proč jste se zaměřila na tuto skupinu? Jaké výhody by mohl mít výzkum těch, které si u Jdu běhat, s.r.o. kurz ještě nevybraly?
2. Prosím, uveďte konkrétní doporučení pro marketing pro každý ze tří segmentů zákazníků.
3. V teoretické sekci uvádíte seznam mnoha typologií běžců z jiných výzkumů. Porovnejte prosím, tyto výsledky s vašimi a doložte příklady jak se vaše výsledky „značně odlišují od těch, které byly vytvořeny na celkovou populaci běžců.“

### **Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň:** dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne

Podpis

.....

Jméno