

POSUDEK vedoucího diplomové práce

Jméno studenta: Jan Hlavina

Téma práce: Komparace marketingových strategií kamenných a internetových sázkových kanceláří

Cíl práce: Definovat a srovnat marketingové strategie „kamenných“ a internetových sázkových kanceláří, určit faktory ovlivňující rozdílné marketingové strategie

Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti	podprůměrné	<u>průměrné</u>	nadprůměrné
- vstupní údaje / jejich zpracování	podprůměrné	<u>průměrné</u>	nadprůměrné
- použité metody	podprůměrné	<u>průměrné</u>	nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - vyhovující - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou - citace	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tématické analýzy	Velmi dobře
Úprava práce-text-grafy-tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň	Výborně

Praktická / teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Otázky k obhajobě

Podle posledních průzkumů čeští sázkaři ve velkém počtu zareagovali na možnost internetového sázení u českých sázkových kanceláří (v Tipsportu sází na internetu zhruba třicet až čtyřicet procent sázejících, u společnosti Fortuna je to pětadvacet procent sázejících, v Chanci pak šestnáct procent lidí).

Jakou další marketingovou strategii byste v reakci na tento obrovský zájem o internetové sázení českým sázkovým kancelářím doporučoval?

V současnosti na internetu může své služby nabízet pouze pět českých sázkových kanceláří. Zvýšit tuto konkurenci hodlá i společnost Victoria-Tip. Jakou marketingovou strategii pro boj s konkurencí od této společnosti očekáváte?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře až výborně v závislosti na průběhu obhajoby

V Praze dne 5. 4. 2008

Mgr. Jan Šíma