

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: **Barbora Frydrychová**

Název práce: **Marketingová strategie společnosti AQUAPALACE PRAHA v roce 2009**

Cíl práce: navrhnout změny ve stávající marketingové strategii firmy

Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti
- vstupní údaje / jejich zpracování
- použité metody

podprůměrné průměrné
podprůměrné průměrné
podprůměrné **průměrné**

nadprůměrné
průměrné
nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení :

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

Praktická / teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení, připomínky a otázky k obhajobě:

Práce zpracovává dnes již tradiční téma marketingové strategie, která má však přínos spíše jako souhrn. Autorka prokázala velmi dobrý přehled o problematice a také vhodné zacházení s literaturou, jejíž rozsah je však relativně omezen na české zdroje. Metodologie je standardní a hloubka analýzy celkem nadprůměrná. Některé části, například STEP analýza však působí trochu neintegrovane – nemají své závěry. Přesto je práce přínosem a svým rozsahem i obsahem vyhovuje nárokům kladeným na práci diplomovou. Otázky k obhajobě:

Jaký by byl závěr z vámi použité STEP analýzy? Jaký druh pozorování jste použila pro svou analýzu?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: s ohledem na průběh obhajoby předběžně 1 až 2

V Praze dne 19. 9. 2009

PhDr. Vladimír Janák, CSc.
Oponent práce FTVS UK

