

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Barbora Frydrychová

Název práce: Marketingová strategie společnosti AQUAPALACE PRAHA v roce 2009

Cíl práce: navržení změn ve stávající marketingové strategii společnosti na základě analýz současné marketingové koncepce a již proběhlých kampaní a akcí

Náročnost tématu na:

- | | | | |
|-------------------------------------|-------------|-----------------|--------------------|
| - teoretické znalosti | podprůměrné | průměrné | nadprůměrné |
| - vstupní údaje / jejich zpracování | podprůměrné | průměrné | nadprůměrné |
| - použité metody | podprůměrné | průměrné | nadprůměrné |

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - vyhovující - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Velmi dobře
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:

Autorka se ve své práci zabývá problematikou marketingové strategie, je patrný velký zájem diplomantky a její osobní zainteresovanost v dané společnosti. Přesto se domnívám, že z tématu bylo možno vytěžit z tématu více.

Otázky k obhajobě:

1. Jakým způsobem byste v praxi aplikovala virální marketing? Domníváte se, že v praxi může být tato metoda účinná pro společnost Aquapalace Praha?
2. Ve své práci uvádíte, že akce „happy Monday“ by měla být znovu opakována, zdůvodněte své tvrzení?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

V Praze dne 16.9. 2009


.....
Ing. Miroslava Navrátilová