

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Vilém Omcirk

Název práce: Marketingový výzkum spokojenosti účastnic Evropského týdne žen v letech 2009 – 2011

Cíl práce: Prezentace a interpretace výsledků marketingového výzkumu v letech 2009 – 2011, ověření hypotéz, doporučení organizátorům akce dle zjištěných výsledků.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

Teoretická/Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení

Diplomová práce je zpracována na celkem 87 stranách bez příloh, přičemž autor využívá 41 zdrojů, z toho 5 zahraničních. Práce je zpracována velmi kvalitně jak z hlediska formálních požadavků, tak z hlediska obsahového. Kladně hodnotím zejména analytickou část práce, kde autor provedl longitudinální studii, což činí jeho práci nestandardní a nadprůměrnou. Cenným přínosem je zejména možnost sledovat vývoj ve spokojenosti účastnic Evropského týdne žen v průběhu tří let. Je na něm možné sledovat potvrzení teoretických východisek o tom, že zatímco kvalitu služeb hodnotí zákazníci stále velmi vysoko, spokojenost se službami klesá s tím, jak se zvyšují nároky účastnic Evropského týdne. Výsledky tak potvrzují teorii o tom, že zákazníci si velmi rychle zvykají na kvalitně poskytované služby, automaticky je nárokuje a v každém dalším ročníku sportovní akce je velmi obtížné dosáhnout stejné či alespoň obdobné spokojenosti u pravidelných účastníků.

Připomínky:

Drobné připomínky mám k práci se zdroji. Není vždy jasné, kde v práci čerpá ze zdrojů uvedených v závěrečném seznamu literatury (Beech a Chadwick, Dvořáková, Gretz a Drozdeck, Harris, Hobza a Rektořík a další) – viz otázka č. 1

Autor se také několikrát odkazuje na webové stránky www.tydenzen.cz, presto tyto nejsou uvedeny v závěrečném Seznamu literatury.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete uvést, kde konkrétně v práci čerpáte z publikace Jak sestavit marketingový plán od Johna Westwooda?
2. Je možné na základě výsledků Vašeho výzkumů predikovat další vývoj týkajícího se spokojenosti účastnic Evropského týdne žen?
3. Dotazník distribuovaný po prvním ročníku ETŽ v roce 2009 čítal celkem osm stran a 43 otázek. Dotazník distribuovaný o rok později už „pouze“ 4 strany a 23 otázek. Co konkrétně Vás vedlo tak k radikálnímu zeštíhlení dotazníku? Proč naopak dotazník pro rok 2012 obsahoval nové otázky (celkem 25)?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: **výborně**

V Praze dne 7. května 2012

.....
Mgr. Jan Šíma