

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Tereza Šnajdrová

Název práce: Marketingový plán Lady fitness

Cíl práce: Vypracování marketingového plánu fitness pro ženy pro nadcházející rok

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 – velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně – velmi dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře – dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení,

Práce by potřebovala více vlastních interpretací a komentářů.

V práci se vyskytuje relativně velké množství chyb a překlepů.

Autorka nevytvořila samostatnou část týkající se rozhovoru či výsledků dotazníku, ale začlenila získané informace do jiných částí. Je to trochu škoda, ale přímo to práci nevadí.

Připomínky:

Hypotéza stanovená v abstraktu není nutná a v práci se vyskytuje až její vyhodnocení v Závěrech a doporučeních, bohužel bez vhodné argumentace.

Úvod je příliš krátký.

U vyjmenování např. na s. 17 (ale i jinde) možná chybí uvozovky, protože některé termíny mohly být přežaty z citovaného zdroje. Totéž např. na s. 19 nebo na s. 20.

Překlep či chyba shody na s. 20: „mezi ovlivnitelným mikroprostředím a neovlivnitelným makroprostředím“. Podobně např. na s. 21: „která strategii je možné hned použít“ nebo „ovlivňují pouze firmu samotou“. Další na s. 23: „Marketingový pracovníci“. V práci se vyskytuje zbytečně mnoho takovýchto chyb.

„Opportunities“ chybí jedno -p-. (s. 23)

Věta „Samotný postup SWOT analýzy nejdříve vychází z probádání externího prostředí, kterým je firma obklopena, tedy příležitostmi a hrozbami“ (na s. 24 je nepřesná). O pár vět dále se zbytečně dvakrát za sebou objevuje slovo „dodavatelé“.

„(Janečková, Vašítková, 2000) Kotler (2007)“ (s. 25) – není jasné využití zmiňovaných zdrojů či zda se jedná o chybu.

„Množství strategií je odvislé na množství stavů“ (s. 26) – špatná předložka. Navíc se jedná o ne zcela správnou vazbu.

První čtyři odstavce na s. 28 by bylo dobré shrnout s vlastní interpretací. Tohoto nedostatku se autorka dopouští častěji. Ostatně mezi následujícím vyjmenováním druhů strategií a navazujícím textem (podčástí popisující tyto druhy) měl být propojující text.

Věta „Podle Portera lze konkurenční strategie rozdělit podle tří typů (Vašítková, 2008)“ na s. 28 patrně vyžaduje přesnější citaci.

Na s. 36 došlo patrně k automatické opravě programem a tudíž k překlepu. „anglicky direkt marketing“.

Odrážkované texty, např. na s. 40, jsou zarovnané jinak než zbytek textu.

Metodologie mohla lépe pospat dané metody. Správně však uvádí, jak byly použity.

V části Analýza Lady fitness s.r.o. mělo být více odkazů, i když je z textu na začátku patrné, že autorka vychází z provedeného rozhovoru.

Podčást Ekonomické faktory na s. 53 mohla být aktualizována těsně před odevzdáním. Údaje ČSÚ jsou citované k červnu, s odkazem, že jeden nebyl publikován.

Na s. 70 autorka navrhuje jednotné oblečení zaměstnanců. Je škoda, že se tento bod neobjevil i ve SWOT analýze, ač v je v marketingovém plánu zmiňován vícekrát a tedy je patrně považován za důležitý.

I v dotazníku se vyskytují překlepy, hodnocení 1-5 není konsistentní ve všech otázkách, ot. 12 je zbytečně na dvou stránkách. V ot. 17 mělo být spíše „od kamarádky“.

Zdroj „ZAMAZALOVÁ, Marcela. Marketing. 2“ je špatně ocitován (chybí „a kol.“ a přebývá tečka). Podobně chybí „a kol.“ u „BOUČKOVÁ, Jana. Marketing.“.

Otázky k obhajobě:

Proč nenavrhujete obnovu strojů v provozovně či rozšíření nabídky?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: Výborně – velmi dobře

V Praze dne 16.9.2013

.....
Mgr. Jan Procházka