

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Štěpánka Chrtková

Název práce: Zákaznické chování a preference značek v obchodě se snowboardovým vybavením.

Cíl práce: Zjistit, podle čeho se zákazníci při nákupu zimního vybavení a oblečení rozhodují, jak jsou na tom se znalostí značek v obchodě Snowboardel a které z těchto značek patří mezi jejich nejoblíbenější.

Jméno oponenta: Ing. Petra Hlaváčová

Zaměstnavatel a funkce oponenta: zdravotní pojišťovna Zaměstnanecká pojišťovna Škoda, Specialista pro marketing

Celková náročnost tématu:

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce

výborně

Logická stavba práce

velmi dobře

Práce s literaturou – citace, vlastní komentář

velmi dobře

Adekvátnost použitých metod

výborně

Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta

velmi dobře

Úprava práce: text, grafy, tabulky

velmi dobře

Stylistická úroveň, jazyk

velmi dobře

Praktická využitelnost zpracování:

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení práce:

Teoretická část DP je dle mého názoru zpracována výborně. Štěpánka Chrtková cituje známé marketéry současnosti, a to převážně Kotlera a Vysekalovou. Zúčastnila jsem se konferencí, na nichž vystupovali, jejich práce si velmi vážím a je jistě přínosem v oblasti marketingu. V DP jsou zohledněny všechny faktory, které ovlivňují zákazníka před nákupem i při samotném nakupování. V práci mohlo být ještě zmíněno 9 Ps Marketingového mixu.

V praktické části jsou jasně stanoveny hypotézy, dílčí úkoly a cíle práce. Praktická část DP správně začíná představením obchodu a neznámějších snowboardových značek. Štěpánka správně použila pro svoji práci metodu Dotazování na sociální síti Facebook. Oceňuji grafické zpracování dotazníku a fakt, že pro sběr dat využila moderních marketingových nástrojů. Konkrétně sociální síť Facebook a jednu z aplikací společnosti Google "Google Docs", díky níž i já sdílím data v rámci svého zaměstnání. Deklarované úkoly a cíle DP považuji za splněné. Výsledky a doporučení jsou přínosné pro uplatnění v obchodech Snowboardel.

Přínos práce:

Obchody Snowboardel by měly reagovat na výsledky výzkumu a zavést následná opatření, která povedou k vyšší návštěvnosti a vyššímu prodeji. Například zavést nové značky, které respondenti uvedli jako chybějící, částečně obměnit nebo zaškolit personál a častěji přicházet s výhodnými nabídkami.

Otázky k obhajobě:

Myslíte si, že by obchodům Snowboardel pomohl věrnostní program pro stálé zákazníky?

Jaké formy propagace byste pro obchod Snowboardel zvolila?

Myslíte si, že by na dotazník odpovědělo více návštěvníků Facebooku, pokud by byli nějak finančně či věcně motivováni?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Mladé Boleslavi dne 28. 4. 2013

.....
Ing. Petra Hlaváčová