

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: **Jan Myška**

Téma práce: **Založení internetového obchodu prodávajícího výzkumné studie**

Cíl práce: Vytvoření marketingového projektu, který ukáže možnost zaplnění neobsazeného místa trhu, analyzovat podnikatelskou příležitost a popsat strategii nově vzniklého podnikatelského subjektu vstupujícího na trh.

Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti	podprůměrné	<u>průměrné</u>	nadprůměrné
- vstupní údaje a jejich zpracování	podprůměrné	<u>průměrné</u>	nadprůměrné
- použité metody	podprůměrné	<u>průměrné</u>	nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně - velmi dobře - vyhovující - nevhovující

Stupeň splnění cíle práce	velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	výborně
Logická stavba práce	výborně
Práce s literaturou – citace	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	výborně
Hloubka tématické analýzy	velmi dobře
Úprava práce-text-grafy-tabulky	velmi dobře
Stylistická úroveň	velmi dobře

Praktická / teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Připomínky – příp. otázky k obhajobě

Práce se zaměřila na identifikaci podnikatelské příležitosti a následnou přípravu projektu na její využití. Logická stavba práce je bez výhrad. Hloubka tématické analýzy má dle mého názoru rezervy v popisu cílové skupiny a jejích důvodů pro využívání nabízených služeb a produktů. Stejně tak i hledisko míry splnění cílů má drobné rezervy a to především v oblasti konkretizace některých částí projektu. Například detailnější propracování by si zasloužila propagační kampaň a komunikační strategie se zákazníkem. Ze začátku podnikání je to velmi důležitá složka marketingového mixu. Hledisko grafické úpravy tabulek a textů má drobné rezervy především v občasné horší přehlednosti grafů kdy text popisků se prolíná s grafem

atd. Další hodnocená kritéria jsou bez výhrad či jejich význam není dle mého názoru vzhledem k zaměření práce velký.

Uvádím následující doplňující otázky:

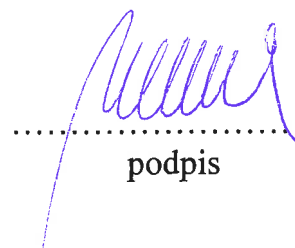
- 1) Uveďte a definujte hlavní motivační faktory cílové skupiny pro nákup v e-shopu
- 2) Navrhněte možné způsoby komunikace s cílovým segmentem trhu.

Celkové doporučení:

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

V Praze dne: 18. září 2007



.....
podpis