

# POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta:** Bc. Adéla Myšíková

**Název práce:** Marketingová komunikace nově vznikajícího dámského eshopu

**Cíl práce:** Hlavním cílem této diplomové práce je vytvořit marketingovou komunikaci nově vznikajícímu dámskému eshopu .

## **Celková náročnost práce:**

Podprůměrné

**Průměrné**

Nadprůměrné

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

## **Praktická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

průměrná

**nadprůměrná**

**Hodnocení:** Předložená DP je inspirována podnikatelskou poptávkou a má přímý dopad do praxe. To je třeba ocenit. Zdůrazňuji i velkou samostatnost a iniciativu diplomantky, která si aktivně našla tématiku a vyhledávala všechny zdroje. V teoretické části prokázala diplomantka plný vhled do problematiky a schopnost zacházení s literaturou , včetně citace. Tato část však není zcela proporční vzhledem k výzkumu, kterému je věnováno jen asi 50%, což ochuzuje zejména hloubku analýzy. Vlastní dotazník a jeho distribuci považuji za standardní a adekvátní metodu, včetně provedené pilotáže. Horší je to s prezentací a interpretací dat. Některá jsou uváděna v procentech (např. graf 5, s. 55) jiná formou absolutního výčtu, což snižuje hodnotu práce. Také interpretace je někdy zcela podrobná, ale jinde úplně uchybí (např. s. 65 – kde ženy nejčastěji sportují). Přesto je třeba ocenit celkovou praktickou a podnikatelskou využitelnost výsledků, které jdou však na úkor metodologie a vědecké hodnoty práce.

## **Připomínky** (kromě výše zmíněných):

1. Celková struktura celkem odpovídá požadavkům, ale některé kapitoly mají neadekvátní název. Např. s.46 kap.5.: „ Interpretace získaných dat“. Ve skutečnosti se jedná o prezentaci, jen částečně o interpretaci dat.
2. Zbytečné drobné chyby a překlepy: např. s. 52 slovo nenakupují v legendě grafu je chybně.
3. Vlastní návrh je odvozen od předem určené sumy za komunikační marketink (viz s. 45 25 000,- Kč) a není dostatečně prezentován z hlediska výhod a nevýhod.

**Otázka k obhajobě:**

1. Jakou marketingovou strategii vyvozujete z faktu, že většina respondentek volí značky typu Nike, Adidas, Moire a Craft? Budete je upřednostňovat ve vašem prodeji, nebo budete sázet na odlišnost a kvalitu méně známých značek? Proč?

**Práce je doporučena k obhajobě.**

Práce svým rozsahem i obsahem splňuje nároky, kladené na diplomovou práci. Doporučuji ji k obhajobě.

**Navržený klasifikační stupeň:** S ohledem na průběh obhajoby: velmi dobře

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

V Praze dne: 5. 5. 2013

.....  
PhDr. Vladimír Janák, CSc., FTVS UK