

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh na zlepšení reputation managementu společnosti Sazka

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Týbl Petr

Oponent práce: Ing. Vít Pekárek, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Práce splňuje nároky na diplomovou práci. Formální překlepy jsou výjimečné. Teoretická i praktická část splňují nároky na diplomovou práci. Je na škodu práce, že v teorii neobsahuje některé moderní přístupy k řízení reputačního managementu. Širokým závěrům a doporučením chybí další prioritizace, popřípadě měření významnosti některou výzkumnou metodou. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlíte rozdíl mezi proaktivním a reaktivním reputačním managementem, kam byste zařadil v tomto ohledu výstupy Vašich doporučení v diplomové práci?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Sazka Olympijský víceboj je spojován s ČOV. Jaké jsou reputační limity spojení s ČOV? Jak byste realizoval měření dopadu na reputaci společnosti s ČOV?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Při pádu společnosti SAZKA v roce 2011 i přes medializaci krachu společnosti řada zákazníků nepřestala sázet. Jejich odpovědi na dotazy proč sází lze shrnout do výroku "Ano, víme, že mají v Praze problémy, to se nás netýká, my normálně sázíme". Jak byste popsal vztah ke značce SAZKA u takového zákazníka? Popř. doplňte význam měření životních stylů a vztah k vnímání značky v životně-stylových analýzách.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 16.06.2022

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz