

**POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Marketingový mix společnosti Herbalife Ltd. pro český trh

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Šimek Dan

**Vedoucí práce:** Ing. Helena Smolová, Ph.D.

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

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

**Další hodnocení:**

Předkládaná diplomová práce se zabývá stále aktuální problematikou marketingového mixu. V teoretické části jsou shrnuty základní informace k dané problematice (marketing obecně, marketingový mix a jeho složky). Následuje podrobná a ucelená metodika, ve které autor logicky a srozumitelně vysvětluje a zdůvodňuje postup zpracování práce. Poznatky v této části práce jsou vhodně logicky sestaveny a následně jsou v analytické části aktivně aplikovány na zvolenou firmu Herbalife. Autor zde dle mého názoru prokázal velmi dobrou schopnost pracovat s odbornou literaturou a předložil solidní přehled dosavadních poznatků. V praktické části po představení firmy a její historie tedy přichází na řadu samotný rozbor jejího marketingového mixu. Závěry vyplývající z toho rozboru považuji za adekvátní, navrhovaná zlepšení jsou praktická, realizovatelná a s přímou návazností na výsledky práce. Práce působí uceleně a je zde patrný velký zájem autora o danou problematiku. V samotném textu práce je zařazeno několik delších tabulek, které by v jiném případě bylo lepší umístit do příloh. Ovšem vzhledem k tomu, že se jedná o velmi podstatnou část rozboru výrobního mixu, považuji toto umístění za adekvátní. Jazykové a stylistické zpracování je na velmi dobré úrovni.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

Zohlední-li informace plynoucí z Vámi provedeného rozboru, kterou ze složek marketingového mixu společnosti Herbalife považujete za nejsilnější stránku dané organizace a proč?

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Předložil jste své návrhy na zlepšení společnosti Herbalife? Budou nějakým způsobem tyto poznatky využity?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

<b>Klasifikace</b>	výborně	<b>X</b>
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

**Datum: 05.01.2016**

---

**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, O.P.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz