

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Produktový marketing ve vybrané organizace

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Zástava Jan

Oponent práce: Mgr. Ivan Rokošný, Ph.D.

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

Další hodnocení:

Autor zpracoval aktuální téma přehledně. Teoretická část působí v jistých odstavcích až příliš obecně, ale ve většině případů dobře logicky připravuje vazbu na metodologickou a praktickou část. Ta je zpracována kvalitně, autor jednoznačně problematice rozumí. V rámci práce měl zajímavou organizaci, která i přes velkou spokojenost zákazníků nevyužívá online marketingové nástroje. Autor na to poukazuje také pomocí dotazníkového šetření, které je postaveno vhodně. Negativně však hodnotím celkové zpracování dotazníku. Autor jej mohl doplnit o grafy a tabulky, které by jednoznačně zpřehlednily získaná data a informace, se kterými později při skladbě návrhů pracuje. Naopak autora chlubím se větší počet kvalitních návrhů, jak organizaci zlepšit pozici v online prostoru ať už využitím marketingových nástrojů nebo sociálních sítí. Práce se věnovala jen současným klientům, ale s přispěním této práce vidím potenciál pro získání nových zákazníků. Práce splňuje cíl a je přínosná.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaké konkrétní nástroje by autor využil pro zvýšení zájmu o značku, využitím sociálních sítí jako Facebook nebo Instagram?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Má autor přehled o konkurenci dané organizace a jejich marketingových aktivitách v online prostoru?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Je podle autora dostačující tzn. word-of-mouth šíření o značce, nebo jsou zapotřebí inovativní kroky k zajištění nových klientů. Vysvětlete

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 01.06.2024

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz