

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Lubomír BAČA
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Produktový mix ve vztahu k cílovým skupinám – návrh na úpravu produktového mixu
Oponent práce	Ing. Martina Juříková, Ph.D.

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	B
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	D
3	Přístup ke konzultacím	15	
4	Samostatnost při zpracování	10	
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	B
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	B
7	Metodologická kvalita postupu	20	B
8	Struktura a logika textu	25	D
9	Úroveň teoretické části práce	25	B
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11	Práce se zdroji v textu	25	A
12	Úroveň analytické části práce	25	C
13	Úroveň projektové části práce	25	C
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	
16	Jazyková úroveň práce	10	B
17	Formální úroveň práce	10	A
Celkové hodnocení		1,53	C

Připomínky a hodnocení práce:

Teoretická východiska práce jsou rešerší odpovídajícího objemu a kvality (často zahraničních) odborných publikací. K lepší struktuře a logice řazení textu by přispěly uvozující věty na začátcích kapitol, které předcházejí syntéze v kap. 2.8.. Podobně metodologicky neuspořádaně působí i zbývající části práce, kdy projektová část obsahuje analýzy a praktická část návrhy např. profilace cílových skupin. Naopak oceňuji zařazení a kvalitní zpracování BCG analýzy, segmentace zákazníků však mohla být, dle mého názoru, zpracována konkrétněji a s odvoláním na změny produktového mixu uzpůsobeného požadavkům zákazníků daného segmentu.

Práce také vykazuje stylistické a gramatické prohřešky, což její kvalitu zbytečně snižuje.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jak byste rozšířil definování výhod a nevýhod analýzy BCG (s. 17) po její praktické aplikaci? Která další kritéria konkurenceschopnosti produktu nezohledňuje a jakým analytickým nástrojem je možno je posoudit?
- 2) Zohledňují produkty (obaly) i nároky malo- a velkoobchodníků, jestliže vycházíte ze sociodemografické mapy konečných spotřebitelů?
- 3) Na základě analýzy profilům jednotlivých cílových skupin přiřadte charakteristiky jednotlivých produktů.

Ve Zlíně

dne 4. 5. 2010

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01