

## Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	<b>Bc. Ondřej Florián</b>
Studijní program	<b>Mediální a komunikační studia</b>
Obor studia/ateliér	<b>Marketingové komunikace</b>
Forma studia	<b>prezenční</b>
Akademický rok	<b>2009/2010</b>
Název práce	<b>Požadavky specifického trhu a možnosti jeho uspokojení</b>
Vedoucí/oponent práce	<b>doc. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	<b>a</b>
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	<b>b</b>
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	<b>a</b>
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	<b>b</b>
7 Metodologická kvalita postupu	20	<b>a</b>
8 Struktura a logika textu	25	<b>b</b>
9 Úroveň teoretické části práce	25	<b>b</b>
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	<b>a</b>
11 Práce se zdroji v textu	25	<b>b</b>
12 Úroveň analytické části práce	25	<b>a</b>
13 Úroveň projektové části práce	25	<b>b</b>
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	<b>a</b>
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	<b>a</b>
16 Jazyková úroveň práce	10	<b>a</b>
17 Formální úroveň práce	10	<b>b</b>
<b>Celkové hodnocení</b>	<b>1,26</b>	<b>B</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Diplomová práca je síce venovaná štandardnej problematike, jej význam však narastá v kontexte špecifik trhu, ktorý je predmetom záujmu diplomanta. Diplomant preukázal vlastnú zainteresovanosť na riešení zadaných cieľov, vzhľadom na rozsah sledovaných okruhov však potenciál danej témy nebol úplne využitý, a to i napriek výskumu, ktorý realizoval a výsledky ktorého by si zaslúžili širšiu interpretáciu. Potešiteľný je však praktický rozmer práce a možnosť implementácie navrhovaných riešení v projektovej časti. Ako pripomienky je možné uviesť, že diplomant hlavne v teoretickej časti nie vždy v plnohodnotnej miere uvádzal použité zdroje. Z pohľadu štruktúry práce je možné mať výhrady voči zaradeniu jej cieľov a hypotéz na koniec teoretických východísk.

**Otázky k obhajobě:**

- 1) Charakterizujte tzv. rozšířený marketingový mix. V akých prípadoch je využívaný?
- 2) Konfrontujte štruktúru a správanie českých a amerických zákazníkov v kontexte špecifik regulácie trhu, pričom zohľadnite aj reguláciu marketingových aktivít.
- 3) Zvažujte možnosti uplatnenia koncepcie spoločensky orientovaného marketingu v podmienkach ALSA PRO s.r.o.

V Bratislave

dne 5. 5. 2010

.....  
Podpis hodnotiteľa 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