

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok **2016/2017**

**Jméno studenta:** Bc. Irena Lichnovská  
**Studijní obor/zaměření:** Systémy projektového řízení  
**Téma BP/DP:** Strategie penetrace podniku na zahraničním trhu  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jarmila Ircingová, Ph.D.  
**Podnik – firma:** KPM FEK ZČU

**Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)**

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat BP/DP klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Diplomová práce se zabývá marketingovou strategií společnosti AIMTEC, a to konkrétně pro německý trh. Práce obsahuje teoretickou a praktickou část, přičemž teorie vychází z relativně dostatečného počtu zdrojů, ale nereflektuje z větší části problematiku zpracovanou v rámci praktické aplikace, a to především v oblasti marketingové strategie a komunikačního mixu.

Z hlediska praktické aplikace je nejsilnější stránkou práce propracovaná analýza německého trhu včetně detailního porovnání konkurenčních podniků. Nejslabší částí práce jsou konkrétní návrhy (viz zásady 4 až 6), které jsou pouze z části rozpracovány a neobsahují konkrétní doporučení podložená analýzou. Další velkou slabinou práce je její nedostatečná provázanost jednotlivých částí.

Po formální stránce obsahuje diplomová práce velké množství nedostatků (např. překlepy, chybějící zdroje u některých tabulek, nepřehledné odkazy, nekorespondující názvy).

Navrhuji klasifikovat uvedenou diplomovou práci známkou **dobře mínus**. Doporučuji soustředit se u obhajoby na upřesnění doporučení uvedených v závěru práce a jejich vyhodnocení.

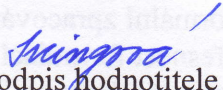
Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem doporučuji diplomovou práci studentky Ireny Lichnovské k obhajobě před státní komisí.



**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

1. Zdůvodněte detailněji navrženou marketingovou strategii pro německý trh. Jakým způsobem zvýšení povědomí o značce přispěje ke zvýšení tržeb na tomto trhu? Jak lze na B2B trhu uplatnit navrhované marketingové nástroje, které se používají spíše na trhu B2C?
2. Rozpočet na marketingovou komunikaci (str. 68) obsahuje pouze přímé náklady spojené s jednotlivými komunikačními nástroji. Jaké další náklady se promítnou do komplexní marketingové strategie podniku pro německý trh?
3. Popište, jakým způsobem se navýšení tržeb a marketingových nákladů na německém trhu promítne do uvedeného výkazu zisku a ztráty (str. 71).

V Plzni, dne 17. května 2017

  
Podpis hodnotitele

**Metodické poznámky:**

<sup>1</sup>Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup>Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek na **DP** odevzdejte ve dvou originálních vyhotoveních (oboustranný tisk) **nejpozději do 16. 5. 2017** spolu s prací na sekretariát KPM.

Posudek na **BP** odevzdejte ve dvou originálních vyhotoveních (oboustranný tisk) **nejpozději do 22. 5. 2017** spolu s prací na sekretariát KPM.

Posudek musí být opatřen **vlastnoručním podpisem modře** (pro rozeznání originálu).