

Posudek

vedoucího diplomové práce p. Romana Krupičky na téma „ Marketing a jeho postavení v současné ekonomice.“

Diplomová práce p. Krupičky je zaměřena na téma marketingu se zaměřením na jeho současný vývoj a formy.

Nejprve k formální stránce: práce je psaná čtivě, přehledně a autor využívá poznámkového aparátu tak, jak je u tohoto stupně vědecké práce požadováno. Tam, kde je kladen důraz na základní terminologii, autor vhodně využívá tučného písma či kurzívu a vhodně umístil i názorné ilustrační grafy. Rovněž seznam použité literatury, který je doplněn i o internetové zdroje, splňuje podmínky diplomové práce.

Po stránce věcné je práce členěna do 7 kapitol, které se ještě dále dělí na subkapitoly. K jejich členění je nutno uvést moji drobnou výhradu. Autor totiž nepoužívá všeobecně zavedené desetinné třídění, které je nesporně přehlednější než použité abecední. Tato výhrada však nic neubírá na celkovém kladném hodnocení práce.

Kapitola první definuje marketing podle různých přístupů z historického vývoje. Druhá kapitola vymezuje postavení a význam marketingu mezi ostatními obory a popisuje základní nástroje a postupy marketingu zejména podle modelu 4 „ P“ . V této kapitole bych našel prostor ještě pro další moderní definici. Třetí kapitola je velmi stručná a popisuje postavení marketingu v ekonomice. Slouží vlastně jako úvod k dalším třem kapitolám, které se zabývají marketingem v oblasti podnikové, regionální a mezinárodní. Tyto tři kapitoly detailizují nástroje marketingu podle těchto oblastí, při čemž si autor všímá, jaké marketingové strategie jsou voleny, včetně moderních přístupů (např. internet). U kapitoly

6. je cenný i historický přehled vývoje světové ekonomiky a hospodářské integrace. Zde vidím těžiště celé práce, kdy se autor zamýšlí i nad aktuálním stavem světové ekonomiky. Kapitola sedmá pak shrnuje právní úpravu v členění předpisů mezinárodního, unitárního a českého práva.

Celou práci uzavírá resumé a přehled použitých pramenů. K obsahové stránce práce nemám větších výhrad, zdá se mi však, že by ji prospělo vysvětlení některých teoretických postupů marketingu na nějakém konkrétním příkladu.

Práci doporučuji k obhajobě, při níž by se měl autor zaměřit na zodpovězení následujících otázek:

- 1) vysvětlit blíže metodu segmentace trhu a odběratelů
- 2) uvést do souvislosti teorie mezinárodního marketingu se současnou situací ve světové ekonomice

V Praze 22.6.2009

JUDr. I. Tomažič, Ph.D.