

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení autora	Petr POSKOČIL
Název bakalářské práce	Využití geografických dat v marketingu
Vedoucí práce	RNDr. Bc. Michal TRAURIG

I. Volba tématu:

1. mimořádně aktuální
- 2. aktuální, málo frekventované**
3. aktuální, pracné
4. frekventované, s dostatkem literatury

II. Cíl práce a jeho naplnění

- 1. vhodně zvolený cíl, který byl naplněn**
2. vhodně zvolený cíl, částečně naplněn
3. vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn
4. nevhodně zvolený cíl

III. Struktura práce

1. originální – zdařilá
2. logická – systémová
- 3. logická – tradiční**
4. pro dané téma tradiční
5. pro dané téma nevhodná

IV. Práce s literaturou

1. vynikající, užity dosud neběžné prameny
- 2. velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny**
3. dobrá, běžně dostupné prameny
4. slabá, zastaralé prameny

V. Vybavení práce (data, tabulky, grafy, přílohy)

- 1. mimořádné, funkční**
2. velmi dobré, funkční
3. odpovídá nutnému doplnění textu
4. nedostačující

VI. Přínosy práce

1. originální, inspirativní názory
2. ne zcela běžné názory
3. vlastní názor argumentačně podpořený
- 4. málo vlastních názorů nebo nedostatečně argumentačně podpořené**
5. vlastní názor chybí

VII. Uplatnění práce v praxi a výuce

1. práci lze uplatnit v praxi
- 2. práci lze uplatnit ve výuce**
3. práci nelze příliš uplatnit v praxi a výuce

VIII. Grafická stránka

1. **výborná**
2. velmi dobrá
3. dobrá
4. nevyhovující

IX. Jazyková stránka

- a) stylistika
1. výborná
 2. velmi dobrá
 3. **dobrá**
 4. nevyhovující
- b) gramatika
1. **výborná**
 2. velmi dobrá
 3. dobrá
 4. nevyhovující

X. Zásadní připomínky k práci

1. **nemám**
2. mám tyto:

XI. Další hodnocení

Bakalant se ve své práci zabývá využitím geografických dat v moderních trendech marketingu. Geografická data mají v marketingu své místo a ke škodě se během výuky této manažerské disciplíny příliš nezmiňují.

Práce nejprve stručně charakterizuje geografické informační systémy jako takové a vyjmenovává různé možnosti jejich využití. Jako přínosné hodnotím zejména členění GIS pro konkrétní účely v marketingu.

Stěžejní část práce se zabývá konkrétním využitím SW nástroje americké společnosti ESRI, který je asi nejčastěji používaným komplexním SW (nejen) pro dané účely. Práce obsahuje značné množství tematických obrázků, grafů a tabulek, které student v tomto SW vytvořil pomocí tutorialu.

Jediným nedostatkem práce je, že se bakalant zaměřil především na tutorial daného SW a nesnažil se porovnat výsledky s jinými nástroji či nezjišťoval jejich praktické využití. V práci tyto další produkty pouze zmiňuje. Rovněž použitá data jsou z USA a nemusí najít obdobné uplatnění v naší zemi (jiné demografické složení, jiné návyky apod.).

Vzhledem k použitým datům a prostředí není tedy práce příliš vhodná pro praktické využití, na druhou stranu se určitě nedá upřít její případný přínos pro výuku na FM VŠE.

Literatura byla zvolena vhodně.

K samotné práci mám několik drobných výhrad:

Některé obrázky jsou hůře čitelné, především legenda. Legenda by mohla být i v českém jazyce, což by však vyžadovalo důkladnější znalosti práce v daném SW, na toto seznámení student reálně neměl příliš času (pro základní práci počítá český distributor s dvoutýdenním školením za více než 30.000 korun).

Z práce mám rovněž dojem, že nebylo zcela pochopeno členění jednotlivých úrovní popisovaného SW ArcGIS Desktop. Postrádám lepší informace o serverovém řešení a řešení pro mobilní zařízení.

V práci chybí důkladnější informace o získávání vhodných a aktuálních geografických dat. Naopak v práci jsou velmi vhodně zmíněny případné metody úmyslného zkreslování výsledků.

Celkově navrhuji klasifikovat práci jako velmi dobrou, pokud bakalant uspokojivě práci obhájí.

XII. Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ práci a proto ji doporučuji k ústní obhajobě

1. ano
2. ne

XIII. Navrhovaná klasifikace

1. výborně
2. výborně nebo velmi dobře dle obhajoby
3. velmi dobře
4. **velmi dobře nebo dobře dle obhajoby**
5. dobře
6. dobře nebo nevyhověl dle obhajoby
7. nevyhověl

XIV. Otázky k ústní obhajobě práce

1. jaká složka je v kvalitním GIS finančně nejnákladnější a proč?
2. na straně 4 zmiňujete několik oblastí lidské činnosti, které využívají GIS. Jaké konkrétní nástroje a na co byste použil např. v telekomunikacích?
3. modelová situace: jste nová banka na trhu v České republice (případně pro jednoduchost uvažujte jen jihočeský kraj), zaměřujete se na internetbanking, tudíž nemáte mnoho poboček a přemýšlíte, kde umístíte své bankomaty. Pro analýzu použijete GIS. Jaká použijete vstupní data, co bude výstupem a jaké nástroje (metody) pro tuto analýzu využijete?

V Praze, dne 22.5.2008

RNDr. Bc. Michal Traurig