Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Analýza a zefektivnění marketingové komunikace podniku působícího na B2B telekomunikačním trhu

Autor diplomové práce:

Bc. Veronika Žigovičová

Cíl diplomové práce:

Analýza stávajícího stavu využívání nástrojů marketingové komunikace v prostředí telekomunikačního operátora, odhalení slabých míst a následná konfrontace s požadavky firemních zákazníků, aby byla nově nastavena komunikace tak, že bude naplňovat očekávání těchto zákazníků.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	10
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	8
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**97**
Výsledná známka	***výborně (1)***

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Veronika si ve své diplomové práci stanovila nelehký úkol zmapování oblasti marketingu zaměřeného na firemní zákazníky. O této oblasti, na rozdíl od marketingu a komunikace zaměřené na konečné spotřebitele, panuje nižší povědomí, Veronika však dobře zvládla práci s dostupnými zdroji a poskytla tak dobrý a velmi čtivý přehled o potřebách a očekáváních firemního segmentu.
Praktická část vhodně analyzuje marketingové prostředí telekomunikačního operátora přes veškeré dostupné komunikační kanály a upozorňuje na nedostatky současného přístupu. Jejich řešení navrhuje způsobem dobře využitelným přímo v praxi fungování zmíněné společnosti, neboť přináší čerstvý pohled na segmentovou komunikaci, která stále ještě není v českých firmách samozřejmostí.
Veroniky práci bych neváhala doporučit jako vhodný podklad pro výuku marketingu zaměřeného na firemní zákazníky. Tato doména trpí v našem prostředí trpí nedostatkem zdrojů i pozornosti odborníků a odborné veřejnosti a proto velmi oceňuji Veroniky snahu povědomí o tématu rozšířit a práci doporučuji k obhajobě s výslednou známkou „Výborně".
Jako dodatečné otázky k obhajobě doporučuji následující:
1. Jaký navrhujete postup pro volbu zmiňovaných vertikál?
2. Jaké byste volila nástroje pro zpětné ověření přínosu nového způsobu komunikace na zákaznické vertikály?
3. Dle Vašeho názoru, je model komunikace na vertikály přenositelný do jiných odvětví B2B orientovaných firem?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing, Michaela Vlasáková

Pracoviště oponenta diplomové práce:

[redacted]

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.

21. květen 2013

podpis oponenta diplomové práce