

Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2015/2016**

Název práce: **Analýza marketingové komunikace na bankovním trhu a segmentace spotřebitelů v ČR**

Řešitel: **Bc. Michal Jedlička**

Vedoucí práce: **Ing. Květa Olšanová, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Petr Král, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	1
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	1
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	1
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	1

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autor si pro svou diplomovou práci vybral vysoce aktuální, velmi zajímavé, ale především velice náročné téma, jak z pohledu teoretických znalostí, tak z hlediska práce s daty a jejich analýzou.

Cíle práce jsou jasně formulovány v úvodu práce a mohu konstatovat, že se je autorovi podařilo zcela naplnit. Práce je logicky strukturovaná a i přes poměrně velkou hloubku analýzy je její rozsah rozumný. Je psána srozumitelným a čtivým jazykem prakticky bez chyb a ani po formální stránce nelze práci nic zásadního vytknout.

Za stěžejní části práce považuji kapitoly 4-6, které jsou zpracovány ve značné hloubce a na základně komplexní analýzy dostupných dat. U popisu některých segmentů by však, podle mého názoru, bylo účelné nevyužít některé charakteristiky, protože z hlediska definice cílové skupiny nepřinášejí žádnou využitelnou hodnotu. Téměř u všech cílových skupin se, podle mého názoru, jedná o charakteristiku regionu cílové skupiny. Mezi regiony není možné najít žádnou rozumnou souvislost a není na jejich základě možné nijak cílit marketingovou komunikaci, zejména ve spojení s doporučenými mediatypy (např. televizi v ČR momentálně lokálně cílit v podstatě nelze). Podobně je to u některých segmentů z hlediska charakteristiky věku, kdy je věkové rozpětí např. v segmentu bohatých tak široké, že neumožňuje efektivní využití této charakteristiky v komunikaci ani z hlediska médií ani z hlediska formulace komunikačního sdělení.

Z hlediska celkové kvality práce se však jedná o drobnosti.

Práci celkově hodnotím jako vysoce nadprůměrnou a doporučuji ji k obhajobě. Pro závěrečnou obhajobu navrhuji následující otázky:

1. Co byste doporučoval velkým tradičním bankám v oblasti marketingové komunikace, aby se jim podařilo zasáhnout segment Bohatých, ve kterém výrazně ztrácejí, který je však mimořádně zajímavý?
2. V práci na mnoha místech (oprávněně) kritizujete komunikaci České spořitelny, která pravděpodobně do značné míry spoléhá na svou dlouhou historii a konzervatismus svých klientů a jejich odpor ke změnám, což, jak Vaše práce naznačuje, přestává fungovat. Jak by měla tato banka změnit svou komunikační strategii a na které segmenty by se měla zaměřit, aby svou pozici na trhu udržela?

Závěr: Diplomovou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 28. 5. 2016

Ing. Petr Král, Ph.D.
oponent práce