

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Analýza marketingových aktivit ve společnosti Allianz pojišťovna, a.s..

Autor diplomové práce:

Bc. Martina Šrámková

Cíl diplomové práce:

Cílem této diplomové práce je analýza marketingového a komunikačního mixu společnosti Allianz pojišťovna, a. s.

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	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	95
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Diplomová práce je výborně zpracovanou analýzou jednotlivých prvků marketingového a komunikačního mixu pojišťovny Allianz. Práce je dobře stavěna, má jasnou strukturu, působí přehledným dojmem. Teoretická část práce obsahuje specifikaci základních pojmů, které se vztahují k cíli práce, pojmy z oblastí marketingového výzkumu, marketingového mixu služeb a komunikačního mixu. V praktické části práce byl zdařile proveden vlastní výzkum trhu formou dotazníkového šetření, kdy byly zjišťovány názory široké veřejnosti v České republice na pojišťovnu Allianz.a.s., dále byla velmi fundovaně provedená důkladná analýza dílčích prvků marketingového a komunikačního mixu společnosti Allianz. Velmi kladně hodnotím, že tato práce obsahuje konkrétní doporučení a návrhy do budoucna, které byly navrženy na základě důkladně provedených analýz ze strany autorky práce a mohly by tak vést k posílení postavení pojišťovny Allianz na českém trhu. Práce splňuje všechny požadavky kladené na vysokoškolské kvalifikační práce a hodnotím ji známkou výborně.

Ráda bych položila následující otázky k obhajobě:

1. V diplomové práci slečna Šrámková zmiňovala pojmy marketingový mix 4P a 7P. Při obhajobě by mohla ještě vysvětlit pojem marketingový mix 4E. Uveďte, prosím, konkrétní příklad jeho uplatnění v pojišťovně Allianz.
2. Který z marketingových nástrojů je podle Vás v případě pojišťoven nejúčinnější?

Jméno vedoucího diplomové práce:

Ing. Olga Horová, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

VŠE, KMG