

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Analýza a zefektivnění marketingové komunikace na B2B trhu firmy ACER - C.S.

Autor diplomové práce:

Bc. Ester Šváchová

Cíl diplomové práce:

Hlavním cílem práce je analýza marketingové komunikace vybraného podniku, působícího na B2B trhu a návrhy na zefektivnění této komunikace.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	7
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	8
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	8
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	8
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	85
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autorka vypracovala prakticky orientovanou DP – zaměřila se na oblast B2B marketingu. Práce má hezkou a ucelenou strukturu. Autorka si stanovila pět výzkumných cílů, na které přináší srozumitelné odpovědi. Teoretická část se poměrně hezky váže k tématu práce, autorka zde přibližuje specifika B2B marketingu. Práce s odbornou literaturou je v základních rysech v pořádku, ale seznam použité literatury mohl být obsáhlejší a využívat více zahraničních zdrojů. Kladně hodnotím, že autorka pro účely této DP realizovala vlastními silami marketingový výzkum založený na primárních datech. Analýza dat je však provedena jen základním způsobem. Autorka mohla jít při do větší hloubky a aplikovat pokročilejší statistické techniky.

Celkově hodnotím práci známkou velmi dobře a doporučuji ji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- 1) Je podle Vás užitečné aplikovat v konkrétním případě segmentaci zákazníků? Pokud ano, jaká segmentační kritéria doporučujete a jak by se měla odrazit v nastavení marketingového mixu?
- 2) Jaký je podle Vás rozdíl v budování zákaznické loajality v sektorech B2C a B2B?

Jméno vedoucího diplomové práce:

doc. Mgr. Radek Tahal, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Fakulta podnikohospodářská, Katedra marketingu