# HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Beč. Volha Hryb  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Interaktivní marketing jako nástroj řízení vztahů se zákazníky v bankovnictví  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Lenka Králová, Ph.D.  
**Podnik – firma:** KMO FEK ZČU

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kritéria hodnocení:</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>N</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>A) Definování cílů práce</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>B) Metodický postup vypracování práce</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>C) Teoretický základ práce (rešeršní část)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>F) Formální zpracování práce</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>J) Celkový postup řešení a práce s informacemi</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>K) Závěry práce a jejich formulace</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>L) Splnění cílů práce</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>N) Přístup autora k řešení problematiky práce</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>O) Celkový dojem z práce</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm: **dobře**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Studentka si pro svou práci zvolila téma poměrně nové, kterému dosud nebyla v odborné literatuře věnována příliš velká pozornost. Jako cíl práce si stanovila "zhodnocení situace ohledně používání nástrojů interaktivního marketingu v českém bankovnictví a následný návrh projektových řešení pro implementaci v českém bankovním sektoru".

Silnou stránkou této práce je jistě práce s četnými zahraničními zdroji. Pozitivně lze hodnotit i navrhnutou - reálná a zajišťová - řešení. Z práce je zřejmý zájem studentky o zpracovávané téma. Nicméně je třeba zmínit i nedostatky. Definice interaktivního marketingu, nosného a zároveň dynamicky se vyvíjejícího tématu diplomové práce (viz str. 12), se opírají o literaturu starou více než 7 let, bylo by proto vhodné provést rešeršní novější literatury. Vzhledem k tématu práce by dále bylo vhodné rozlišit (dříve a podrobněji než na str. 36) tzv. "staré" a "nové" banky a jejich marketingové nástroje. Nesouhlasím s názorem, že lze zcela zvětšovat pojmy digitální a interaktivní marketing - viz např. služby uváděné na str. 34 a 35, kdy řada z nich příliš interaktivity nenabídlo. U diplomové práce bych dále očekávala propracovanější průzkum, zejména co se metodiky a vyhodnocení týče.
Data z tabulky č. 7 bych například porovnala s vlastním obdobným průzkumem; zjištění kap. 4.1.5
prezentují spíše všeobecně známé informace, nikoliv výsledky analyzy diplomové práce. Kapitola 4.1
nazvaná "Analýza úrovňové digitализace služeb vybraných bank" obsahuje, mimo jiné, údaje o využívání
internetového bankovnictví v České republice a v Evropě, o rozdílech využívání internetového
bankovnictví dle pohlaví apod. - obsah kapitoly tedy neodpovídá jejímu názvu.
Z formálního hlediska je třeba upozornit na četné pasáže hovorového jazyka a stylistických
nepřesností (jeden z mnoha příkladů - poslední odstavec kap. 1.2.3), dále na špatné skloňování a
překlasy (např. i v názvech bank). Na stranách 31 a 32 jsou uvedeny naprosto totožné pasáže, některé
tabulky nejsou vůbec okomentovány.
Předložená diplomová práce může sloužit jako dobrý základ pro podrobnější zkoumání dané
problematiky, nicméně množství formálních i obsahových nedostatků její hodnotu snižuje.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1. V rámci bankovního marketingu lze skupinu tzv. stakeholders rozšířit o další subjekty (viz str. 21).
   Jak lze včetě jednotlivým skupinám využít interaktivní maretking?
2. Na str. 26 pišete, že má v bankovním marketingu významnou funkci benchmarking, zároveň však
také uvádite, že je "obtížné se orientovat v takovém obrovském množství různých nabídek".
   Vysvětlete/navrhněte proto, jak by měl být benchmarking v bankovním marketingu prováděn.

V Plzni, dne 4. května 2015

Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

1 Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.
2 Stručné zdlouhavění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.
3 Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.