

Oponentní posudek bakalářské práce

Jméno studenta: Monika Ulrychová

Oponent bakalářské práce: doc. Ing. Jan Horejc, Ph.D.

Charakteristika řešené úlohy, náročnost úlohy:

Zadaná úloha se týká vztahu producenta a zákazníka a není (zejména v prostředí MSP) vcelku zvládnutelná, problémem, který činí tuto práci náročnou, je ovšem skutečnost, že studentka neměla v průběhu svého studia (pokud je oponentovi známo) jediný předmět, který by ji tuto problematiku alespoň přiblížil.

Úplnost a správnost řešení, nedostatky v celkovém přístupu k řešení:

Práce vychází (zejména v teoretické a analytické části) z poměrně obecných doporučení, která jsou pak konkrétně doplněna a uvedena v návrhové části. Jejím hlavním problémem je však fakt, že se zaměřila jen na vybrané nástroje komunikační politiky, nikoliv o návrh uceleného systému komunikace se zákazníky. Studentka na jedné straně dokázala nastudovat a zvládnout a (s ohledem na její první využití této problematiky) relativně solidně implementovat zadané téma, na druhé straně však práci schází větší uplatnění systémového přístupu, což je zčásti dáno i tím, že v některých kapitolách práce byla studentka silně závislá na informacích, získaných od majitele podniku. Určité nové impulsy pro zadané téma však práce přináší.

Nedostatky v jednotlivých částech práce:

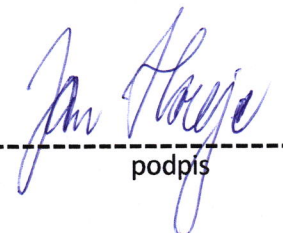
V teoretické části práce kapitola 2 (Marketing) obsahuje značné množství informací, dále již v práci neužívaných (část o koncepcích, vybrané typy marketingu atd.), ale naopak schází pasáže o marketingové strategii a jejím vzniku, o případné segmentaci zákazníků, definování systému komunikace se zákazníky apod. Kapitola 4 (Marketingový proces) je z hlediska dalšího obsahu práce rovněž irelevantní, kapitola 5 (Marketingová komunikační politika) obsahuje pouze výčet nástrojů této politiky (byť jen velmi stručný a obecný), nikoliv však její definici či vymezení ústředního pojmu práce - systém komunikace se zákazníky.

Pokračování na str. 2

Event. pokračování textu na přiložených listech.

Navrhovaná výsledná klasifikace: Velmi dobře

Místo, dne: Plzeň, 12. 6. 2019



podpis

Strana 2 oponentského posudku doc. J. Horejce práce Moniky ULRYCHOVÉ:

V analytické části jsou výtečně zpracovány sub-kapitoly o historii a velikosti podniku, ale jinak je charakteristika podniku poměrně nepřesná (např. v kap. 6.3 – tzv. práce ve mzdě nemůže být označena za předmět podnikání, taktéž tvrzení, že „mezi další vedlejší předměty podnikání patří kooperace s jinými firmami v oboru“ je silně absurdní. Uvedená charakteristika produktů firmy je velmi stručná a obecná, schází však zejména alespoň stručná charakteristika používaných materiálně technických prostředků, údaje pro problematice kvality výroby či služeb, alespoň základní údaje o ekonomice podniku, zaměstnancích podniku atd. Navazující analýza prostředí společnosti je již obsažnější, prozrazuje však silnou (a logickou!) závislost autorky na informacích od vedení podniku (zejména u údajů v hodnotících tabulkách). Použití scoring modelu je poměrně šťastné, závěrečná tabulka (=hodnocení postavení podniku v rámci konkurenčního prostředí) však měla být i slovně okomentována. Část Interní analýza (kap. 7.2) je poznamenána použitím pro tento případ nevhodného modelu 7S (lepší by bylo využití kapitoly 3.5!), který navíc pak nekoresponduje jak se závěrečnou tabulkou této analýzy (tab.11), tak s obsahem navazující SWOT-analýzy, které pak nemají v interní analýze dostatečnou informační podporu.

V návrhové části práce studentka sice nepopsala celý systém komunikace se zákazníky (nebyl teoreticky definován!), ale uvedený popis jednotlivých komunikačních nástrojů (byť by šel ještě doplnit) patří mezi nejlepší části celé práce.

Závěr práce je jen pouhou rekapitulací obsahu práci, nikoliv zdůrazněním přínosů práce.

Nedostatky v dokumentaci:

Práce obsahuje většinu podstatných náležitostí, snad lze vznést jen připomínku k nedostatku vhodné literatury k danému tématu (Foret, Karlíček a kol., Přikrylová apod.), popř. k souvisejícímu tématu strategie marketingové komunikace, u elektronických zdrojů trochu vadí přílišná závislost na wikipedii (při vší úctě k tomuto studenty silně oblíbenému zdroji),

Celkové zhodnocení odborné úrovně a přínosů práce:

Předložená práce z větší části splnila dané zadání, byla zpracována s uplatněním studentkou nově získaných informací a po nezbytné teoretické a návrhové části přinesla i některé nové impulsy pro danou problematiku, byť zčásti jsou tyto impulsy závislé na vkladu managementu daného podniku. Studentka prokázala schopnost zvládnutí dané problematiky a zpracování solidní kvalifikační práce, byť jí schází důslednější uplatnění systémového přístupu.

Formální a grafická úroveň práce:

Z hlediska formálního zpracování práce vykazuje poměrně solidní úroveň (vč. jazykové), což nesnižují ani některé drobné formulační nepřesnosti nebo např. opakované užití jedné sub-kapitoly (viz 3.1.1, 3.6.1, 6.4.1, 8.2.1) bez uvedení dalších sub-kapitol.

Dotazy k bakalářské práci:

1. Definujte pojem „systém komunikace se zákazníky“ a jeho náležitosti.
2. Proč jste použila pro interní analýzu model 7S, který je pro Vás mnohem obtížnější než provedení této analýzy podle bodu 3.5?
3. Jak (na základě čeho) jste určila uvedené silné a slabé stránky podniku, resp. příležitosti a hrozby?

Strana 3 oponentského posudku doc. J. Horejce práce Moniky ULRYCHOVÉ:

Závěr a zhodnocení práce:

Celkově hodnotím předloženou bakalářskou práci klasifikačním stupněm: -velmi dobře a doporučuji ji k obhajobě.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Horejce', is written on the right side of the page.