

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Bc. Barbora Onderová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketingová komunikace a její vliv na nákupní rozhodovací proces spotřebitele

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.

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

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Hlavním cílem diplomové práce bylo analyzovat vliv marketingové komunikace (především jednotlivých nástrojů komunikačního mixu) na nákupní rozhodovací proces spotřebitelů v oblasti nákupu komerčního pojištění na území České republiky. Analyzována byla marketingová komunikace ČSOB Pojišťovny a Kooerativy. Na hlavní cíl navazovaly dílčí cíle, které byly představeny v úvodu práce. Práce je členěna do čtyř částí. Velmi silnou stránku práce představuje literární rešerše, kde autorka práce provádí komparaci jednotlivých přístupů různých autorů k problematice nákupního rozhodovacího procesu a vlivům, které na tento proces působí, marketingové komunikaci a specifickým oboru pojišťovnictví. Metodika výzkumu a cíle práce jsou obsaženy v kapitole 4. Tato kapitola je velmi pečlivě propracovaná. Obsahuje jednu

výzkumnou otázku, která je konkretizována formou specifických otázek, na které navazují hypotézy a věcná tvrzení; použité metody vyhodnocení dat; metodiku dotazníkového šetření a zvolenou metodu analýzy marketingové komunikace ČSOB Pojišťovny a Kooperativy. Výzkumná část v kapitole 5 opět patří, stejně tak, jako všechny části této práce, k velmi kvalitně zpracovaným. Výsledky dotazníkového šetření jsou zpracovány ve formě textu, obrázků a tabulek. Hypotézy a věcná tvrzení jsou statisticky vyhodnoceny a výzkumné otázky zodpovězeny. Návrhy obsažené v kapitole 6 nazvané "Návrhová část" jsou podloženy znalostmi získanými z teoretické části práce a z výsledků provedené analýzy. Jsou zde obsaženy i grafické návrhy, které byly zařazeny do příloh V-Z. Přestože marketingová komunikace obou zkoumaných subjektů je podle autorky práce na profesionální úrovni, jí navrhovaná doporučení mají praktické využití. Nedílnou součástí návrhů je i kalkulace nákladů s nimi spojených. Práce je doplněna mnoha přílohami.

Diplomová práce je zpracována kvalitně, v logické návaznosti, přehledně a pečlivě. Je z ní patrné, že její autorka se ve zvolené problematice velmi dobře orientovala a přistupovala k jejímu zpracování odpovědně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Která zjištění při analýze marketingové komunikace zkoumaných pojišťoven byla pro Vás osobně překvapivá, neočekávala jste je?

V Plzni, dne 28.05.2024

Podpis hodnotitele