

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Jan SMETANA

Název bakalářské práce: Komparace marketingové komunikace bankovních institucí na českém trhu

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace finanční služby

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Katedra managementu a marketingu VŠERS

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce		X					
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění			X				
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP			X				
	faktická, věcná a obsahová správnost			X				
	hloubka provedené analýzy			X				
	zvládnutí odborné terminologie		X					
	schopnost argumentace a kritického myšlení			X				
	uplatnění práce v praxi / výuce			X				
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů				X			
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací		X					
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol			X				
	jazyková a stylistická úroveň		X					
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky		X					
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce		X					
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce				X				
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce se věnuje hodnocení marketingové komunikace vybraných bankovních institucí působících na českém trhu. Práce má standardní strukturu: teoretickou, analytickou a praktickou část. V teoretické části autor vymezuje základní pojmy a kategorie z oblasti marketingové komunikace a marketingového mixu, nechybí příklady z bankovního sektoru. Provedené rešerši lze vytknout využívání odborné literatury staršího data, kde bylo vhodné zpracovat aktuálnější prameny z oblasti marketingové komunikace. Analýza trhu bankovních institucí je provedena na základě výběru počtu klientů, bankovních poboček, počtu bankomatů, zaměstnanců a základních barev, které využívají bankovní systémy pro komunikaci. Analýza byla provedena dále z pohledu využívání sociálních sítí, konkrétně počtu fanoušků, sloganů apod. Čtvrtá kapitola prezentuje marketingový výzkum znalosti komunikačních nástrojů zkoumaných bank. Metodika marketingového výzkumu obsahuje drobné nedostatky, které se promítly do hodnocení a prezentace výsledků výzkumu. Autor bakalářské práce respektoval metodiku zpracování BP na VŠERS, dodržoval citační normu. Práce je po technické stránce zpracována pečlivě, text je doplněn grafy a tabulkami.

Otázky k obhajobě:

1. Je možné využít techniku cross sellingu v komunikační strategii banky pro zvýšení spokojenosti zákazníků a zvýšení výnosů?
2. Které další komunikační nástroje (mimo reklamu) může banka využít pro efektivní komunikaci se zákazníky?

Datum: 2. 5. 2018

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce