



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Anita Kiliánová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Specifika marketingové komunikace vybrané společnosti působící v bankovníctví

Hodnotitel – oponent: doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.
Podnik – firma: FEK, ZČU v Plzni

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Hlavním cílem bakalářské práce bylo na základě analýzy nástrojů komunikačního mixu porovnat marketingovou komunikaci dvou bank působících na českém bankovním trhu, z tohoto srovnání pak vyvodit návrhy opatření, které by měly přispět ke zlepšení marketingové komunikace České spořitelny s potenciálními zákazníky a eliminovat její případné nedostatky. Tento cíl byl autorkou práce naplněn. Bakalářská práce je po všech stránkách pečlivě zpracována. Je z ní zřejmá dobrá orientace autorky v řešené problematice.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Na s. 39 uvádíte, že v roce 2018 se průměrný věk klientů České spořitelny pohyboval okolo 47 let, a že Česká spořitelna to považuje za velký problém a snaží se o vylepšení komunikace a oslovení mladších

- klientů. Zjišťovala nějakým způsobem Česká spořitelna, co je hlavní příčinou tohoto stavu? Určitě by bylo vhodné realizovat průzkum, co je příčinou toho, že mladí lidé dávají přednost jiným peněžním ústavům.
2. Z jakého důvodu jste nezahrnula do své práce dotazování zaměřené na mladou generaci, které by bylo zaměřené např. na zjištění, které banky volí mladí lidé a z jakého důvodu, čím je tyto banky oslovují?
 3. Jaký je průměrný věk klientů Air Bank?

V Plzni, dne 5.6.2020

Podpis hodnotitele