

## **POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

<b>Jméno a příjmení studenta:</b>	David KRBEC
<b>Název bakalářské práce:</b>	Věrnostní programy na spotřebitelských trzích a věrnostní program Sphere Card
<b>Rok odevzdání:</b>	2014
<b>Studijní obor:</b>	Řízení a ekonomika průmyslového podniku
<b>Jméno a příjmení vedoucího BP:</b>	<b>Ing. Lenka Nováková, MBA</b>

### **Slovní hodnocení celkové úrovně a přínosu práce:**

Hodnocená bakalářská práce si klade za cíl představit systém fungování věrnostních programů a zmapovat jejich možné přínosy pro klienty. V teoretické části popisuje princip věrnostních systémů jako jednoho z taktických marketingových nástrojů, v praktické části se zaměřuje na konkrétní věrnostní program Sphere Card.

Práce plní stanovený cíl popsat a zařadit věrnostní systémy do marketingového kontextu zejména v teoretické části, využívá přitom různorodého spektra odborných informačních zdrojů. V praktické části rovněž popisuje, a to program, který je předmětem podnikání autorovy rodinné firmy EFIN, což mu umožnilo čerpat z interních firemních zdrojů a využívat firemní materiály a podklady. Díky tomu je práce jistě přínosná už jen tím, že odkrývá podnikatelské zázemí ve specifickém oboru využívajícím marketingový nástroj jako úspěšný produkt. Výhodou pro autora bylo i to, že firma EFIN má vybudovány vlastní marketingové aktivity, databáze klientů, funkční interaktivní web atd., ze kterých autor často ve své práci (někdy doslovně) čerpal.

Toto je ovšem zároveň také slabším místem autora. Při kontrole v systému theses.cz bylo zjištěno, že práce sice není plagiátem, ale autor přebíral pro praktickou část bakalářské práce doslovné znění textů z webových stránek firmy ([www.sphere.cz/marketing](http://www.sphere.cz/marketing)), aniž by to ovšem uvedl v přehledu elektronických zdrojů a označil citace v textu.

Kromě toho existuje – z pohledu vedoucího bakalářské práce – nesoulad mezi průběžnou aktivitou autora a výslednou podobou práce, která se doslova v hodině dvanácté zrodila z poměrně nesystematicky připravených materiálů (ty by mohly jen stěží být připuštěny k obhajobě). Autor to zdůvodnil svou vlastností nechávat věci na poslední chvíli. Autor tedy u obhajoby práce bude mít možnost prokázat své schopnosti a dovednosti, bez kterých by tato práce nemohla být vytvořena.

<b>Celkové hodnocení BP</b> (HODNOCENÍ VYZNAČTE „X“ V PŘÍSLUŠNÉM POLÍČKU)	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>
	výborně	velmi dobře	dobře	uspokojivě	dostatečně	nedostatečně
Přístup autora k řešení zadané problematiky (iniciativa, samostatnost, komunikace s vedoucím práce, originalita)					X	
Jazyková úroveň (pravopis, stylistika, práce s odborným jazykem)	X					
Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, dodržení normy ČSN ISO 690, teoretické zázemí autora)				X		
Úroveň formálního zpracování (členění práce, průvodní a poznámkový aparát, přílohy, grafika atd.)	X					
Adekvátnost využitých metod práce		X				
Splnění cílů práce		X				
Vyváženost teoretické a praktické části, vzájemná návaznost jednotlivých kapitol a subkapitol	X					
Odborný přínos práce		X				
Využitelnost práce v praxi		X				
Prezentace závěrů		X				
<b>Navrhovaná výsledná klasifikace BP</b>			X			

#### Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

1. Jaká vlastní šetření jste prováděl, abyste mohl sestavit grafy a tabulky v práci na str. 33, 36, 38 – popište, vysvětlete. Jak probíhalo vlastní dotazníkové šetření pro zjištění efektivity věrnostních programů (metodika, vzorek a jeho sestavení, systém sběru dat, analýza a vyhodnocení) - viz str. 44?
2. Vysvětlete vazbu mezi věrnostními programy a strategickým budováním značky (obecně a u karty Sphere Card).
3. Na str. 6 uvádíte, že „z hlediska marketingu je jedním z jeho nejúčinnějších nástrojů sleva“. Vysvětlete prosím blíže tento názor a uveďte důvody, které Vás k němu vedly.

**Práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz i na základě jiných zdrojů:**  
ANO

**Doporučení práce k obhajobě:** ANO

Datum: 26.5.2014

Podpis: