

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: David Černoorský

Název bakalářské práce: Marketingový přístup k internetovému bankovníctví

Rok odevzdání: 2014

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor: Řízení a ekonomika průmyslového podniku

Jméno a příjmení
vedoucího BP: Ing. Vladimír Žáček, CSc., MBA

Slovní hodnocení celkové úrovně a přínosu práce:

V úvodní části autor vhodným způsobem shrnul teorii spjatou s řešenou problematikou. První čtyři kapitoly podávají teoretický základ pro zpracování stěžejní části BP, kterou je pátá kapitola. Nejprovedenější jsou kapitoly 5.3 a 5.4, které se zabývají dotazníkovým šetřením a jeho vyhodnocením. Bohužel, i když je možné konstatovat, že cíle BP bylo dosaženo, výsledná doporučení nejsou dostatečně konkretizována a zdůvodněna.

Úroveň práce však výrazně poznamenává množství gramatických chyb, nepřesností a chybného číslování kapitol.

Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Celkové hodnocení BP	A	B	C	D	E	F
----------------------	---	---	---	---	---	---

Celkové hodnocení BP (HODNOCENÍ VYZNAČTE „X“ V PŘÍSLUŠNÉM POLÍČKU)	A	B	C	D	E	F
	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	
Navrhovaná výsledná klasifikace BP					X	

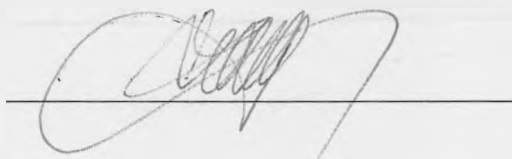
Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

- 1) Vysvětlete pojem „Koncepce společenského marketingu“. Jaký má vztah k „Holistické marketingové koncepci“?
- 2) Vysvětlete proč v Porterově pětifaktorovém modelu konkurenčních sil jste zvolil uvedené faktory a proč jen velmi stručně popisujete pouze čtyři?
- 3) Jaký je vztah CRM a databázového marketingu?

Práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz i na základě jiných zdrojů:
ANO / ~~NE~~ (nehodící se vymažte)

Doporučení práce k obhajobě: ANO / ~~NE~~ (nehodící se vymažte)

Datum: 10. prosince 2014 Podpis: _____



Posudek vedoucího BP