

# Posudek oponenta diplomové práce

<b>Autor práce (jméno a příjmení)</b>	Tomáš VRCHOTA
<b>Název práce</b>	Systémy řízení vztahů se zákazníky (CRM) v rámci B2B
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Navazující
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Vojtko Viktor, Ing. Ph.D.
<b>Oponent</b>	Ing Marek Ostrý

## Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

**Poznámka:** Téma je aktuální a zajímavé.

2. Logická struktura práce 1.0

**Poznámka:** Práce je logicky strukturovaná a kapitoly na sebe systematicky navazují.

3. Naplnění cíle práce 1.5

**Poznámka:** Cíl práce považuji za ambiciózní. Autor splnil cíl práce a povedlo se mu na základě výzkumu vybrat nejvhodnější CRM systém.

4. Metodický postup 2.5

**Poznámka:** Autor využívá formu kvalitativního výzkumu hloubkovými rozhovory a hodnocení informačních systému pomocí frameworku System Usability Scale z roku 1986. Vzorek vybraných firem je nevhodný vzhledem k cíli práce.

5. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 2.0

**Poznámka:** Práce může sloužit jako praktická ukázka hodnocení a výběru nejvhodnějšího informačního systému pro menší společnost. (Např. při nákupu a implementaci nového IS)

6. Práce s literaturou 2.0

**Poznámka:** Doporučil bych zahrnout více zahraniční literatury a čerpat např. z metodik COBIT nebo ITIL, které by mohly přinést zajímavé myšlenky a pohledy. Je však pochopitelné, že tyto metodiky jsou naddimenzované pro trh malých a mikro podniků.

7. Formální stránka 1.0

**Poznámka:** Práce je pečlivě zpracována a upravena.

## Závěr

Hodnocení práce známkou: **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

### Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Autor splnil cíl práce, který si stanovil. Práce balancuje na hraně specializace marketingu, obchodu a IT. Práce splňuje kritéria diplomové práce a teoretickou část považuji za velmi povedenou z marketingového a obchodního hlediska. Z pohledu IT by však práce mohla nabídnout více teorie a metodiky v oblasti řízení IS/IT.

Za slabé místo práce považuji provedený výzkum formou hloubkových rozhovorů 3+3+3 (mikropodniky, malé, střední). Aby bylo možné vyvodit závěry z provedeného výzkumu, je nutné provést výzkum v rámci různých podsektorů B2B. Každý podnik působící v různém sektoru má jiné funkční procesy, a proto nelze na základě takového výzkumu vybírat nejlepší systém. Nad rámec práce by se hodilo provést výzkum v rámci oddělených geografických lokalit.

### **Otázky nebo témata pro diskusi před komisí**

Otázka 1) Vysvětlete prosím, co znamená automatizace obchodu a marketingu? Nemáte na mysli automatizaci workflow obchodu a marketingu?

Otázka 2) Jaký je rozdíl mezi UX (User Experience) a UI (User Interface). Jaký vliv má na výběr IS?

Otázka 3) Proč Salesforce nespĺňuje požadavky?

Otázka 4) Vzhledem ke Strategickému řízení IT by implementace CRM měla být řešena na jaké úrovni řízení?

Otázka 5) Jaké další metodiky by bylo kromě SUS (System Usability Scale) možné využít?

Datum: 16.09.2016

Podpis oponenta diplomové práce