

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Jan VANĚČEK
Název práce	CRM jako prvek optimalizace obchodních a marketingových aktivit
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Dušek Radim, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing Kristýna Vojtěchová

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0
2. Logická struktura práce 1.0
3. Naplnění cíle práce 1.0
4. Metodický postup 1.0
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.0
6. Práce s literaturou 2.0
7. Formální stránka 2.0

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Diplomová práce na téma CRM jako prvek optimalizace obchodních a marketingových aktivit je zaměřená na budování vztahu mezi zákazníkem a společností, konkrétně na příkladu oděvní společnosti Koutný, s.r.o. Teoretická část práce seznamuje čtenáře s historií CRM, jeho životností a teorií řízení vztahů se zákazníky. Aplikační část práce je založená na analýze firmy a analýze trhu s CRM systémy.

Největší benefit práce vidím v analýze dostupných systémů CRM na trhu a aplikování na potřeby a situaci firmy s jasným doporučením pro efektivní zavedení systému ve firmě. V práci zároveň oceňuji použití několika rozdílných druhů výzkumů (kvalifikovaný rozhovor, výzkum Net Promoter Score, analýza sekundárních dat aj.)

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

1. Jak byste osobně navrhl Věrnostní program pro společnost Koutný, s.r.o.?

Datum: 12.09.2018

Podpis oponenta