

# Posudek oponenta bakalářské práce

|                                        |                                                     |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Autor práce (jméno a příjmení)</b>  | Luisa SMRTKOVÁ                                      |
| <b>Název práce</b>                     | Osobní prodej a jeho role v marketingové komunikaci |
| <b>Název a typ studijního programu</b> | Ekonomika a management / Bakalářský                 |
| <b>Fakulta / katedra</b>               | Ekonomická fakulta / KOD                            |
| <b>Vedoucí práce</b>                   | PAVEZOVÁ Iveta, Ing. Ph.D.                          |
| <b>Oponent</b>                         | Ing. Hana Volfová                                   |

## Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu **100 %**
2. Logická struktura práce **100 %**
3. Naplnění cíle práce **100 %**
4. Metodologický postup **75 %**
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu **75 %**
6. Praktický přínos práce **75 %**
7. Práce s literaturou **75 %**
8. Formální stránka **50 %**

## Závěr

Výsledek: **82.5** bodů

Hodnocení práce známkou: **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

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

Tato bakalářská práce jasně odráží aktuální situaci na trzích s finančními produkty a shrnuje základní problémy, které je možné v posledních letech pozorovat ve vztahu k finančním poradcům. Z tohoto důvodu se jedná o téma velmi přínosné. Teoretická část je zpracována dobře, výběr autorů je adekvátní. Cíl práce je jasně nastaven a následně i v rámci vlastní práce naplněn. Vlastní práce je však poměrně teoretická, názor autorky se v podstatě neobjevuje, což je škoda, vzhledem k tomu, že do problematiky pronikla poměrně hluboko. Při hodnocení řízených rozhovorů postrádám logickou strukturu, některé poznatky by poté bylo možné využít i pro komparaci s názory respondentů dotazníkového šetření. Některé otázky z dotazníku (především otázka č.8) jsou vyhodnoceny v textu práce jinak než v hodnocení hypotéz, bez znalosti přesné formulace z dotazníku je tento postup velmi nepřehledný. Z pohledu marketingové komunikace by bylo vhodné zhodnotit celý proces osobního prodeje řešené společnosti, práce se zaměřuje v podstatě pouze na osobnost prodejce, existují však ještě další atributy, které výrazně přispívají k úspěchu/neúspěchu tohoto nástroje komunikačního mixu. Návrhy ke zlepšení jsou zvoleny správně, na základě výsledků marketingového výzkumu, nejsem si však jistá, zda by tato "agresivně pozitivní" kampaň v této oblasti fungovala (s přihlédnutím k obecné nedůvěře spotřebitelů k příliš kladným recenzím a důvěryhodnosti sociálních sítí). Celkově je však práce

zpracována velmi dobře.

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

Jaký je váš osobní názor na společnosti nabízející zprostředkování finančních produktů? Co vnímáte jako jejich největší pozitiva a negativa?

Liší se nějak podmínky pro práci finančních poradců OVB Allfinanz od podmínek v jiných, stejně zaměřených, společnostech?

Datum: 28.04.2015

Podpis oponenta bakalářské práce