

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Marketingová komunikace ve vybrané pojišťovně

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Burešová Gabriela

**Oponent práce:** Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	<b>X</b>
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	<b>X</b>
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	<b>X</b>
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	<b>X</b>
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Nedostatečně využitě literární zdroje byly v hodnotícím dotazníku označeny proto, že nepřispěly k nalezení měřitelných faktorů v cíli - cituji "zlepšení marketingové komunikace", a proto metodika nemůže dodat důkaz vlivu komunikace na obrat nebo podíl na trhu pojišťovny, či splátky nákladů na komunikaci. Vysoká pracnost dotazníku, situační analýzy, a webové analytiky byla cenou za hledání cíleného "zlepšení marketingové komunikace". V závěru práce je hodnota zlepšení podílu pojišťovny na trhu vyjádřena poslední větou takto "Závěrem lze říci, že je možno předpokládat zlepšení současného stavu marketingové komunikace, pokud budou dodržena doporučená ustanovení."

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V jakých parametrech je návrh kalkulačky na webu pojišťovny srovnatelný s online srovnávačem různých pojišťoven na <https://www.top-pojisteni.cz/cestovni-pojisteni/kalkulace-a-srovnani>

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Proč nebylo provedeno A/B testování?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Proč nebyla kalkulačka rovnou vytvořena na calculoid.com a vliv navrhovaných parametrů rovnou otestován?

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 10.05.2022

\_\_\_\_\_  
Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz