



## POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Lorenc František

**Název práce:** Moderní informační nástroje v oblasti marketingu a řízení vztahu se zákazníky

**Autor posudku:** doc. Ing. Hana Mohelská, Ph.D.

**Cíl práce:** Cílem práce je popsat moderní informační nástroje v oblasti marketingu a řízení vztahu se zákazníky. Dále pak analýza informačního marketingu a řízení vztahu se zákazníky ve společnosti ATEKO, a.s..

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	A	C	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hĺoubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Díĺčí připomínky a náměty:

Na stránkách 3 a 6 se vyskytuje oznámení o nenalezení zdroje odkazů.

### Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Diplomová práce se zabývá moderními informačními nástroji v oblasti marketingu a řízení vztahů se zákazníky středně velké inženýrsko-dodavatelské společnosti. Obsahem teoretické části jsou základní definice marketingu, popis tržního prostředí business-to-business, chování organizací, internetového marketingu, teorie situační analýzy a charakteristika řízení vztahů se zákazníky. Aplikační část je provedena na základě

dotazníkového šetření a řízených rozhovorů se zaměstnanci společnosti. Následně je vytvořena situační analýza firmy a analýza řízení vztahů se zákazníky. Na základě syntézy poznatků byly zjištěny nedostatky, které jsou dále v práci řešeny. Navržená doporučení napomáhají ke zlepšení vztahů se zákazníky. **Cíl práce byl naplněný.**

Práce je v souladu s Výnosem děkana 1/2000 ve znění posledních úprav ze dne 12.1.2011.

#### **Otázky k obhajobě:**

Na str. 129 uvádíte: „Z hlediska vedení společnosti je nutné se vyvarovat přehnaným očekáváním okamžitých přínosů zavedení systému pro řízení vztahů se zákazníky. Důsledky této inovace se zpravidla projeví až po delší době využívání. Podobně je na tom budování značky prostřednictvím sociálních sítí a internetové reklamě, kdy se výsledky na trhu B2B projeví až v delším čase“. Dokázal byste vymezit termín *delší čas*?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: A - výborně**

**V Hradec Králové, dne 25. srpna 2016**

---

**podpis**