



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Oponent BP:

Ak. rok:

David Šohaj

Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

2014/2015

Téma BP:

Průzkum potenciálu segmentu OFFICE na B2B trhu pro společnost Greiner Assistec s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	4
2	Splnění cílů práce	1
3	Teoretická část práce	4
4	Praktická část práce (analytická část)	2
5	Praktická část práce (řešící část)	2
6	Formální úroveň práce	4
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		17

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Teoretická část vychází z dostatečného počtu literárních zdrojů, které jsou správně citovány.

V úvodu praktické části je charakterizována společnost a její produktové portfolio.

V kapitole odběratelé jsou charakterizováni největší odběratelé firmy a blíže specifikuje dvě firmy podle obratu. V podkapitole potenciální odběratelé jsou vyjmenováni **pouze stávající** ostatní odběratelé (s. 34).

Jedním z cílů bakalářské práce bylo vypracování podrobného návrhu databáze potenciálních odběratelů. **Tento cíl splněn nebyl.** Autor práce pouze obecně vymezil informace, které jsou nutné získat předem o potenciálním zákazníkovi a rozšířil je o některé další informace (velikost obratu, místo působnosti, doba působení na trhu). Text je však velmi nepřehledný. Bylo by vhodné např. vytvořit přehledný dotazník, kde by byly systematicky uspořádány informace, které o potenciálním odběrateli potřebujeme znát.

Jako jednu z cest získání nových zákazníků byla uvedena účast na veletrzích. V práci je výčet odborně zaměřených veletrhů a výstav, ale není zřejmé, kterých se firma účastní a které jsou inspirací pro firmu. Bylo by vhodné v práci také vyčíslit náklady spojené s účastí na veletrhu (vystavovatel, návštěvník).

Dále jsou zhodnoceny další formy propagace, které mohou pomoci k oslovení potenciálních odběratel (webové stránky, direkt marketing – databáze Kompas).

Součástí práce jsou i situační analýzy.

Po formální stránce má práce nedostatky, neboť chybí číslování stránek v teoretické části a vyskytují se zde stylistické a drobné gramatické chyby.

Otázky k obhajobě:

1. Které konkrétní odběratele by bylo vhodné oslovit? Doplňte konkrétní informace o potenciálních odběratelích.
2. Kdo je největším konkurentem firmy v ČR?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

Práce nespĺňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).

Ve Zlíně dne: 15. května 2015

Kubickova

podpis hodnotitele BP