

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!**

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce  Posudek oponenta/ky

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Tomáš Pánek

**Název práce:** In-store marketingová komunikace Sberbank CZ

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: MSc. Daniel Jesenský, Ph.D., MBA.

Pracoviště:

**1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

#### 4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Práce je sepsána na velmi dobré úrovni jak po stránce formální tak i obsahové. Autor v teoretické kapitole text uvedl základní charakteristikou marketingu služeb a in store marketingové komunikace a pokračoval souhrnem možností oslovení více lidských smyslů nástroji marketingové komunikace v místě prodeje. V praktické části pak provedl popis jejich využití v bankovní pobočce Sberbank diskuzí s literaturou. Silnými stránkami práce jsou dobrá úroveň akademického stylu psaní i systematická a trefná diskuze podkladů z literatury s reáliemi z prostředí pobočky Sberbank. Chválit lze také kreativní myšlenky a úsudky, které autor podkládá teoretickými poznatky čímž prokazuje porozumění tématu a schopnost jeho interpretace v širších souvislostech. Přínosem ve shrnujících částech podkapitol praktické části a v závěrečné části. Argumentace je doplněna aparátem dobře zvolených příloh. Uvědoměle působí také komentář v závěru práce s doporučením dalších analýz a výzkumu pro zkoumání jednotlivých popsanych jevů a intenzitě jejich významu, kterým autor sebekriticky naznačil uvědomění objektivních limitů svého přístupu k tématu.

Na některé části textu však lze pohlédnout také kriticky. V teoretické kapitole je významná část věnována specifikům marketingu služeb (kapitola 1.1), nicméně zde nashromážděné znalosti nebyly téměř vůbec využity v praktické a diskuzní části. Toto téma, zabírající značnou část limitovaného rozsahu textu, vyznívá místy obecně, poněkud samoučelně a nerelevantně ve vztahu k vytyčeným cílům. Prostor případně získaný zestručněním této kapitoly bylo možné věnovat širší diskuzi konceptů využívaných na pobočce Sberbank. Rozsah praktické části je v poměru k rozsahu teoretické části a vzhledem ke komplexnosti diskutovaných podtémat příliš stručný. Zároveň pro analýzu in-store komunikace byla využita jen jedna pobočka Sberbank, aniž by byla tato volba detailněji odůvodněna a zároveň argumentováno z jakého důvodu nebylo navštíveno více poboček a zajištěna tak větší reprezentativnost prezentovaných informací pro banku jako celek. Nyní je sporné, zda se závěry dají vztáhnout jen na zvolenou pobočku, nebo na celou bankovní instituci. V práci byly smysluplně využívány informace získané od zástupkyně Sberbank Renáty Němcové a od zástupce GAIA Group Aleše Štibingera. Tito respondenti však nebyli v práci nijak přesněji představeni, nebo popsána jejich role, vysvětlen jejich výběr. Při čtení textu si tak čtenář musí jejich význam domýšlet a pomoci si případně až uvedením ve zdrojích v části "Archiv autora".

#### 5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Vysvětlíte relevanci kapitoly 1.1 k cílům práce vytyčeným v tezi, viz. komentář výše.
5.2	Z jakého důvodu jste zvolil jen jednu pobočku banky a praktickou analýzu jste neprovedl na více pobočkách abyste zajistil reprezentativnost výsledků na banku jako celek v souladu s cíli práce vytyčenými v tezi?

#### 6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

#### ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Navrhuji známku 1-2. O finální známce bude rozhodnuto při obhajobě podle toho jak se autor vypořádá s výtkami v komentáři a odpověďmi na výše uvedené otázky.

Datum: 5.6.2015 .....

Podpis:  .....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**