

Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. David Stránský
 Číslo studenta: E16559
 Název diplomové práce: Přínosy geomarketingu pro vybranou oblast
 Cíl práce: Cílem práce bylo na konkrétním příkladu navrhnout vhodný způsob zapojení geoinformačních technologií do marketingu, včetně prodeje a distribuce.
 Vedoucí práce: doc. Ing. Jitka Komárková, Ph.D.
 Oponent práce: Ing. Kateřina Kantorová, Ph.D.
 Studijní program: N6208 Ekonomika a management
 Akademický rok: 2017/2018

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:

Agenda závěrečných prací

.....

Ostatní připomínky k práci

Práce byla věnována využití geografických informačních systémů pro marketingové účely. Autor zpracoval teoretický podklad a následně aplikoval získané znalosti ve zvoleném podniku.

Práce poměrně detailně zkoumá možnosti geografického mapování území ČR pro zvolený podnik. Autor vytvořil mapy, které analyzují rozmístění poboček ve vztahu k lokalizaci zákazníků. Dále navrhuje možnosti, které nabízí GIS pro efektivnější distribuci produktů a komunikaci. Ekonomický přínos však v práci vyčíslen není, je jen naznačen. Práce má i přes to praktický význam a je využitelná pro mnohé podniky.

U teorie mám výhradu u použití zdroje na s. 30. Autor nevychází z původního (dostupného) zdroje DUPAČ, Viktor. *Geomarketing* [online]. In: . GAMEE, 2015 [cit. 2018-06-22]. Dostupné z: <http://www.gamee.cz/175-gamee/marketing/22177-geomarketing>, ale vychází z bakalářské práce, která zdroj využila. Už v původním zdroji došlo k pochybení. Nástroj G1P a G4P je ve vyjádření autora v podstatě shodný – věnuje se distribuci, přes to, že nese jiný název. U „G4P – Produkt“ se nemá jednat o distribuci (prodej). G4P má přinést informaci o tom, jaké požadavky na produkt mají zákazníci (jak produkt využívají) v konkrétních geografických lokalitách. Tuto chybu měl autor DP okomentovat.

Formální nedostatky např.: kapitoly 5.2.6 a 5.2.7 obsahem neodpovídají jejich názvu – více než o analýzy jde o úvahu nad možností využití GIS pro danou aktivitu. Vyjadřování autora neodpovídá zcela stylistice požadované u odborného textu, na několika stránkách je vytištěná svislá čára (s. 19, s. 43, s. 67 atd.).

Otázky a náměty k obhajobě

1. Jakou strategii SO, ST, WO či WT vycházející ze SWOT autor navrhuje a jak se promítla do návrhu autora.
2. Autor v 5.4 uvádí několik aplikačních možností. Vyčíslete, alespoň jednu z nich a uveďte její konkrétní ekonomický přínos.

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **C**

V Pardubicích 22.6.2018

Podpis