

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Markéta Šnebergerová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Metody stanovení hodnoty zákazníka
Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Fakulta ekonomická, ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Autorka práce nás v první kapitole uvádí do problematiky hodnoty zákazníka a řízení vztahů se zákazníky. U strategie vychází především z publikace Lošťákové a kol. (2009). Na s. 16 trochu zmatečně působí odkaz na výzkum z Univerzity Pardubice, který je prezentován v uvedené publikaci. Vzhledem k tomu, že je to DP, je škoda, že zde není odkaz i na nějaká zahraniční šetření a další zdroje. Závěr první kapitoly v podstatě představují výpisky z uvedené publikace. Kapitola č. 2 je zaměřena na nástroje modelování hodnoty zákazníka a autorka zde prezentuje jednotlivé přístupy včetně základních vzorců pro výpočty.

Od s. 34 následuje popis společnosti, která je ovšem uvedena jen obecně, tedy vlastně utajena bez utajení práce, což je jinak obvyklý postup. V kapitole č. 4 najdeme informace o současném výpočtu hodnoty zákazníků, následují konkrétní údaje zřejmě čerpané z účetnictví neznámé firmy s odvolávkami na interní data firmy, viz s. 45, a s dílčím závěrem k současnému stavu na s. 48.

V kapitole č. 5 od s. 49 je vlastní návrh výpočtu nejdříve Activity Based Costing a potom Customer Life-time Value. Tím studentka tedy aplikuje teoretickou část na datech firmy, která ale není v práci uvedena.

Na jedné straně se tedy jedná o smysluplnou aplikaci teorie pro výpočet hodnoty zákazníka, na straně druhé je potřebné alespoň u obhajoby komisi uvést o jakou firmu se jedná a tím práci zhodnověnit z tohoto pohledu.

Práci uzavírají návrhy pro firmu.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Prosím verifikujte u obhajoby, že se jedná o skutečnou firmu.
Seznámila jste s výpočty zástupce firmy?

V Plzni, dne 10. 5. 2018



Podpis hodnotitele