

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Gabriela Balánová

Téma BP: Analýza povinného ručení

Akademický rok: 2010/2011

Oponent BP: ing. Šárka Vránová

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	F _x 4	F 5	
Náročnost tématu BP				x				2,5
Splnění cílů BP					x			3,0
Teoretická část BP				x				2,5
Praktická část BP				x				2,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		x						1,5
Formální úroveň BP		x						1,5
Součet								13,5 : 6 = 2,25

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (F_x nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	F _X	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

Cílem této BP bylo navrhnout možnosti zvýšení objemu prodeje povinného ručení. Celá teoretická část práce je věnována pojišťovnictví, pojištění a jeho různým druhům. Z oblasti marketingu neobsahuje žádnou kapitolu. Vzhledem k cíli práce to považuji za chybu.

Praktická část je věnována porovnávání produktu povinné ručení pěti vybraných pojišťoven z hlediska zvolené klientky a jejího vozidla.

Připomínky k BP:

1. Obsah praktické práce příliš neodpovídá oboru marketing, ale spíše oboru finanční řízení. Většina práce je věnována porovnávání výhodnosti produktu z finančního hlediska. Přestože v zadání je uvedeno, že cílem práce je navrhnout možnosti pro zvýšení objemu prodeje produktu, z abstraktu je zřejmé, že je to spíše „posoudit, která pojišťovna je pro klienta nejvhodnější“. Tomu odpovídá i celý obsah BP. V práci se neobjevují žádné marketingové pojmy.
2. Na str. 32 bylo uvedeno, že bude vybíráno pojištění na základě konkrétních požadavků klientky. Poté byly uváděny a srovnávány všechny druhy pojištění, včetně těch, o které klientka neměla zájem. Bylo by tedy vhodnější zvolit jiného klienta, který by o tyto pojistky zájem měl. Ani celkové vyhodnocení nebylo provedeno na základě požadavků klientky, ale i s pojištěním zavazadel, náhradního vozidla apod., o které neměla zájem.
3. U pojišťovny Generali je uvedeno, že asistenční služby jsou v případě sjednání pojistného ručení zdarma, v následujících tabulkách jsou všude vyčísleny ve výši Kč 500,--. Není uvedeno, co asistenční služby v tomto případě zahrnují.
4. Byly zpracovány grafy pro každý druh pojištění zvlášť, což neposkytuje celkový přehled o cenách jednotlivých pojišťoven. Vhodnější by byl jeden graf, kde by byly uvedeny souhrnně všechny druhy pojištění (barevně odlišené).
5. Postrádám přehlednou tabulku s informacemi o vybraných pojišťovnách (počet zaměstnanců, počet smluv, počet poboček, ...) pro lepší srovnatelnost.
6. Nejkritičtěji hodnotím splnění cíle práce. Na straně 61 jsou sice uvedena určitá doporučení pro pojišťovny, jak zvýšit prodej povinného ručení. Tato však nevyplývala z obsahu práce (doporučuje propagaci, vzdělávání zaměstnanců, ankety na webových stránkách, ...). Navíc jsou pojišťovnami již většinou uplatňována. Studentka se měla v BP zaměřit spíše na možnosti zvýšení objemu prodeje povinného ručení makléřskou firmou (např. segmentace zákazníků, pro který segment nabízí nejlepší povinné ručení která pojišťovna, ...).


Pozitivně hodnotím stylistickou, gramatickou a formální úroveň práce. Vzhledem k rychlému vývoji v tomto oboru bych však nedoporučovala používat starší literární zdroje (některé použité zdroje byly vydány před 14 lety).

Otázky:

1. Kolik má firma Aliance J.K.L. Finance zaměstnanců a obchodních zástupců?
2. Na základě čeho jste vybrala 5 pojišťoven, jak jste zjistila, že právě tyto „nejvíce vyhovují potřebám klientů pro uzavření povinného ručení“? (str. 32)?
3. Nabízí ještě dnes pojišťovny tzv. věnové pojištění, které zmiňujete na str. 21?

Návrh na výslednou známku BP: C - dobře

Ve Zlíně 17. května 2011


.....
podpis hodnotícího