

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: PLOCKOVÁ Ivona

Název bakalářské práce: Spokojenost zákazníků s produkty Volvo Truck

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Katedra managementu a marketingu

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce	X						
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění	X						
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP		X					
	faktická, věcná a obsahová správnost	X						
	hloubka provedené analýzy		X					
	zvládnutí odborné terminologie		X					
	schopnost argumentace a kritického myšlení		X					
	uplatnění práce v praxi / výuce		X					
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů	X						
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací	X						
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol	X						
	jazyková a stylistická úroveň	X						
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky	X						
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce	X						
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce			X					
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Předmětem bakalářské práce je trh B2B, konkrétně dopravní společnost poskytující služby. Cílem práce bylo zkoumat spokojenost zákazníků s produkty, resp. službami společnosti Volvo Truck. Pro zpracování tématu BP bylo nespornou předností, že autorka má profesní vztah k řešenému tématu.

Práce má standardní strukturu (část teoretickou, analytickou a praktickou). V teoretické části je provedena deskripce sekundárních zdrojů odborné literatury domácích i zahraničních autorů. Jsou vymezena specifika trhu B2B a analyzovány metody využitelné pro zkoumání spokojenosti zákazníků. S ohledem na rozsah použitých zdrojů lze tuto část pokládat za zdařilou a pečlivě zpracovanou. V analytické části práce je prezentována a analyzována vybraná společnost Volvo Truck z hlediska nabízených produktů a služeb. Hlavní metodou - pro praktickou část práce - je marketingový výzkum. Nejprve byl zpracován plán marketingového výzkumu. Pro výzkum byla zvolena metoda kvantitativního výzkumu formou dotazníku. Respondentský vzorek tvořili všichni zákazníci firmy, kteří využívají pro svoji činnost nákladní automobily značky Volvo. V dotazníku jsou použity otázky uzavřeného typu, které mají sice výhodu pro zpracování dat a jejich interpretaci. Při využití otázky otevřené, by bylo možné zjistit i další názory, případně náměty pro zlepšení služeb. Na základě syntézy výstupů analýzy sekundárních informací a marketingového výzkumu byly formulovány návrhy pro marketingová a obchodní opatření pro případné zvýšení spokojenosti zákazníků společnosti Volvo Truck. Návrhy mohly být rozvedeny detailněji do konkrétní podoby. Vlastní návrhy jsou „poplatné“ výsledkům výzkumu, který přinesl zjištění, že zákazníci jsou spokojeni téměř ve všech zkoumaných otázkách.

Otázky k obhajobě:

1. S ohledem na skutečnost, že společnost Volvo zahrnuje vedle Volvo Truck osm dalších obchodních jednotek se nabízí otázka, zda existuje ve společnosti standard pro zjišťování spokojenosti zákazníků nebo zda si každá obchodní jednotka spokojenost šetří vlastní metodou?
2. Která další metoda (viz teoretická část práce) by mohla být využita pro zjišťování spokojenosti zákazníků?
3. Byla BP postoupena managementu společnosti Volvo Truck.

Datum: 25. července 2016

Podpis vedoucího bakalářské práce: