

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Irena ANDĚLOVÁ, DiS.

Název bakalářské práce: VLIV NÁKUPNÍCH PODMÍNEK NA ROZHODOVÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ

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

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

Pracoviště a pracovní zařazení: vedoucí katedry MMS

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):

Práce zkoumá nákupní podmínky dvou obchodních jednotek. Z pohledu rozhodování zákazníků je téma stále aktuální, neboť většina zákazníků se o nákupu rozhoduje až při vstupu do obchodní jednotky. Marketingový výzkum je metodicky správně navržen, ale autorce je nutné vytknout, že nevyužila poznatky z odborné literatury věnující se marketingovému výzkumu. Metodickou oporou výzkumu jsou dvě bakalářské práce. Problémem práce jsou citace, kde není dodržena jednotná forma citací (podle citační normy), četnost citačních zdrojů. Problémem práce je dále používání odborné terminologie, částečně i korektura práce (např. s. 46 „Po kvalitní stránce jsou na tom prodejny tedy velmi podobně, ačkoliv v jiných ohledech“). Je škoda, že uvedené formální nedostatky celkově snižují úroveň bakalářské práce.

Otázky k obhajobě:

1. Při porovnání nákupních podmínek je srovnávána hypermarketová jednotka Kaufland a supermarket Billa. Neprojevil se rozdíl sledovaných jednotek v nákupní atmosféře?
2. Můžete doplnit odborné zdroje, které se věnují marketingovému výzkumu (metodám výzkumu využitých v BP).
3. Jak lze využít výsledky BP z hlediska marketingového řízení zkoumaných obchodních jednotek.

Datum: 29. 4. 2016

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce