

**Posudek vedoucího bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Sandra Grieger

**Název bakalářské práce:** Využití mystery aktivit ve firmě Sephora s.r.o.

**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:** vedoucí katedry managementu a marketingu VŠERS

**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						
<b>Celkové hodnocení bakalářské práce</b>					X			
<b>Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě</b>		ANO						

## Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce se věnuje aktuálnímu tématu řízení lidských zdrojů, resp. kontrole jejich pracovního výkonu ve firmě Sephora s.r.o. Práce má standardní strukturu, má logickou stavbu jednotlivých částí práce. Pro praktickou část zvolila autorka metodu Mystery aktivit, kterou realizovala ve čtyřech obchodních jednotkách zkoumané firmy na území Prahy. V subkapitole 2.3 Mystery aktivity je prezentováno „záhadné nakupování“, pouze s technikou mystery shoppingu. V následujících kapitolách textu jsou uvedeny další techniky, které bylo nutné prezentovat v rámci subkapitoly 2.3. Praktická část marketingového výzkumu je zúžena pouze na realizaci mystery shoppingu. Autorka v závěru práce sice další metody mystery aktivit navrhuje, ale ve vlastním výzkumu je neaplikovala. Problém BP je spojen s nedostatečně provedenou jazykovou korekturou, používáním odborných termínů a drobných prohřešcích při uvádění citací ve vztahu k citační normě.

## Otázky k obhajobě:

1. Můžete doplnit kritérium, podle kterého byly vybírány prodejny pro marketingový výzkum?
2. Můžete naznačit praktické využití některé z technik mystery aktivit vhodných pro zkoumanou firmu?

**Datum:** 15. 5. 2017

**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 hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce