

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Radek Hůla

Název bakalářské práce: Řízení a kontrola obchodních zástupců

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

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Vysoká škola Karla Engliš, Brno

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						
Celkové hodnocení bakalářské práce			X					
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Předložená bakalářská práce je poměrně rozsáhlá, celkově má 70 stran, ale hlavně je na velmi dobré úrovni. Zejména teoretická část o obchodních zástupcích. V praktické části lze považovat za podstatný problém celkového pojetí a následné provedení až po konečnou prezentaci výsledků vlastního marketingového výzkumu. Předně samotný malý počet zkoumaných zaměstnanců (celkově pouze 18 jednotlivců) nabízel možnost podstatně jednoduššího a v tomto případě vhodnějšího kvalitativního výzkumu namísto použitého zbytečně složitějšího kvantitativního. Navíc autor ještě v textu (s. 51 – 54) prezentuje přepočty absolutních četností na procenta, když ve skutečnosti každý respondent představuje téměř 6 %.

Na s. 44 – 52 je poněkud zavádějící dvojí, navíc rozdílné číslování a označování stejných grafů nejprve číslem otázky a následně číslem grafu. Stačilo by jedno číslování a pojmenování.

Otázky k obhajobě:

1. Bylo opravdu nezbytné a hlavně nejvhodnější, aby, jak autor píše na s. 43, „district manažer“ prováděl instruktáž, distribuoval dotazníky a sesbírané vyplněné je následně zaslal autorovi?
2. Je kvantitativní výzkum formou dotazování skutečně metoda nebo spíše technika marketingového výzkumu? Jaký je rozdíl mezi metodou a technikou marketingového výzkumu?

Datum: 21.4.2017

Podpis oponenta 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