

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Markéta KŘIVSKÁ

Název bakalářské práce: Nákupní atmosféry prodejen Lidl Česká republika v.o.s. a Penny Market s.r.o.

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

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

Pracoviště a pracovní zařazení: Vysoká škola Karla Engliše

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 zdařilá jak v teoretických otázkách, tak také v praktické části.

Některé autorčiny formulace jsou ovšem nejasné. Například na s. 31 píše o 106 vyplněných dotaznících pro každou zkoumanou obchodní jednotku, ale z předchozí strany plyne, že jich bylo 106 celkem. Z dalšího textu se čtenář dozví, že zpracováno bylo skutečně celkem 106 dotazníků.

Podobně nesrozumitelně působí věta, zejména její první polovina na s. 13 o hudební kulise, v níž autorka píše: „Může být využita obvyklým způsobem vycházející z chování zákazníka, kdy tempo hudby může ovlivnit dobu strávenou v prodejně a rozsah prohlédnuté nabídky.“

V grafech 6 až 23 by bylo vhodnější psát % až po mezeře za poslední číslicí.

Otázky k obhajobě:

1. Jak lze chápat „image prodejny“ – viz s. 13?
2. Vysvětlíte, jak může hudební kulisa „být využita obvyklým způsobem vycházející z chování zákazníka“.

Datum: 9. 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