

Žižkova tř. 6, 370 01 České Budějovice

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Jindřich Svačina

Název bakalářské práce: Společenská odpovědnost jako marketingový nástroj společnosti Ahold Czech Republic, a. s.

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

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: Ing. Vlasta Doležalová

Pracoviště a pracovní zařazení: odborný asistent, Katedra managementu a marketingu služeb, VŠERS, z. ú.

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):

Autor bakalářské práce provedl analýzu vnímání společenské odpovědnosti u společnosti Ahold v Jindřichově Hradci.

Práce je logicky rozdělená na část teoretickou a praktickou. Teoretická část vysvětluje společenskou odpovědnost, podnikovou filantropii, sociální ekonomiku a marketing, přičemž autor respektoval Metodiku BP, citační normu a využil adekvátní odborné zdroje. V praktické části se autor zaměřuje na charakteristiku společnosti Ahold, analyzoval současný stav společenské odpovědnosti této společnosti, následně pomocí marketingového výzkumu zajistil podklady pro zhodnocení výsledků, u kterých provedl komparaci s řetězcem Kaufland v Jindřichově Hradci s adekvátním počtem zákazníků. Na základě výsledků vytvořil doporučení pro zajištění efektivnějšího řízení pomocí společenské odpovědnosti jako marketingového nástroje. Cíl práce byl naplněn. Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Jak si vysvětlujete, že dle výsledků management nevěnuje dostatečnou pozornost poskytování informací směrem k zákazníkům? Proč jsou aktivity, plány a strategie spojené s CSR považovány na nedostatečné úrovni?
2. Využije management společnosti Ahold Vašich výsledků k zajištění efektivnějšího řízení CSR?

Datum: 21. 8. 2017

Podpis vedoucího bakalářské práce:

**Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009**

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VYBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRY (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	-	NEUSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce