

**Posudek vedoucího bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Václav Vild

**Název bakalářské práce:** Marketingový výzkum prodejní sítě Tesco metodou mystery aktivit

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

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

Bakalářská práce hodnotí kvalitu poskytovaných služeb ve vybraných jednotkách retailového řetězce Tesco pomocí techniky mystery aktivit. Z pohledu výběru tématu bakalářské práce lze téma hodnotit jako aktuální, neboť práce prodejního personálu významně ovlivňuje spokojenost zákazníků. Výběr mystery aktivit pro marketingový výzkum je adekvátní. Práce má standardní strukturu členění jednotlivých částí. V teoretická část představuje kvalitní výstup řešerše domácích i zahraničních odborníků z problematiky marketingového výzkumu, resp. mystery aktivit. Metodika výzkumu byla následně aplikována na vybrané hypermarkety Tesca v Táboře, Písku, Českém Krumlově a Českých Budějovicích. V práci se vyskytují drobné nepřesnosti v odborné terminologii a neobratnosti ve stylistice, které však nesnižují nadstandardní úroveň BP.

**Otázky k obhajobě:**

1. Které další techniky z oblasti mystery aktivit byste doporučil ve výzkumu Tesca využívat?
2. Jaké další metody kvalitativního výzkumu je možné využít pro výzkum nákupního chování zákazníků?

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