

**Posudek vedoucího bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Andrea ŠANDEROVÁ

**Název bakalářské práce:** Význam obalu v marketingu a jeho vnímání zákazníkem

**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:** Katedra 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 zabývá zajímavým tématem, jehož cílem je přiblížit význam obalu pro nákupní rozhodování spotřebitelů. Autorka v teoretické části práce správně analyzuje obal v širším kontextu marketingového mixu, resp. produktového mixu. Dotýká se i úrovně strategického marketingu. Pro deskripci problematiky jsou využity adekvátní četné literární zdroje domácích i zahraničních autorů, které umožňují zkoumat problematiku obalů a balení produktů z různých úhlů pohledu. V úvodu praktické části práce autorka prezentuje význam čaje ve spotřebě. Domnívám se, že zde byl prostor pro zdůvodnění výběru sortimentu pomocí spotřebního chování českého zákazníka. Na str. 28 autorka uvádí „Často bývají podceňovány privátní značky. Řada zákazníků k nim má spíše záporný vztah než kladný. Lidé vnímají spíše privátní značky jako cenově levné s nízkou kvalitou“. Je otázkou, zda je pro zákazníky v sortimentu čaje důležité, zda výrobek má privátní značku nebo značku výrobce. Pro odpověď na otázku, jak jsou obal a značka pro zákazníka významné autorka zvolila metodu marketingového výzkumu. Navržený plán výzkumu vychází z teoretických premis. Čtenář najde několik nepřesností v metodice – např. autorka uvádí, že dotazník bude prezentován osobně technikou face to face, ale zároveň sděluje, že jde o písemné dotazování.

V práci lze nalézt drobné nepřesnosti v používání odborné terminologie a stylistické neobratnosti. Závěry výzkumu a práce jako celek korespondují s cílem BP. Autorka respektovala metodiku zpracování BP na VŠERS, práce je pečlivě zpracovaná po technické stránce, je vybavena funkčními grafy a tabulkami.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Váš názor, zda výsledky výzkumu v sortimentu privátních značek čajů lze zobecnit i na další sortimenty privátních značek?
2. Jak ovlivňuje spotřební chování vztahy nabídky a poptávky?

**Datum:** 3. 5. 2018

**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