

**Posudek vedoucího bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Pavla Paroubková

**Název bakalářské práce:** Marketingová komunikace privátních značek ve společnosti Jednota, spotřební družstvo České Budějovice

**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:** VŠERS, katedra managementu a marketingu služeb

**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 má standardní strukturu jednotlivých částí, které respektují Metodiku zpracování BP na VŠERS. Autorka zvolila aktuální téma bakalářské práce, a to privátní značky. Pro praktickou část práce bylo vybráno družstvo Jednota, spotřební družstvo České Budějovice. Vlastní téma je řešeno ze širšího pohledu, kdy nejprve byl provedena analýza privátních značek největších retailingových řetězců na českém trhu. Strategie privátních značek vybraného družstva je popsána v kontextu skupiny COOP, kde jsou strategie plánovány. Přes popisný charakter druhé a třetí kapitoly je možné ocenit dílčí závěry a vyvození logických souvislostí pro strategie privátních značek na českém trhu. Jádrem praktické části práce je čtvrtá kapitola, která nejprve popisuje zkoumané družstvo. Marketingový výzkum znalosti privátních značek je proveden elektronickou formou, a to technikou dotazování. Bohužel realizovaný výzkum vykazuje řadu problémů, kde např. nebyly využity možnosti dotazování s ohledem na téma BP. Problémy se vyskytují v části hodnocení výzkumu, interpretace výsledků mohla být konkrétněji zpracována více do hloubky.

**Otázky k obhajobě:**

1. V práci zmiňujete generace privátních značek. Můžete odhadnout, ve které generaci privátních značek se nachází nabídka skupiny spotřebních družstev COOP, resp. největších retailerů na českém trhu?
2. Jakými faktory lze vysvětlit značné rozdíly v podílu privátních značek na vybraných evropských trzích? Lze předpokládat dynamický vzestup podílu privátních značek na českém trhu?

**Datum:** 10. 8. 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 hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce