

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Eliška Podlesná

Název bakalářské práce: Internetové obchodování se zaměřením na mladé uživatele

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							
	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):

Bakalářská práce má standardní strukturu: teoretickou, analytickou a praktickou část práce. V teoretické části jsou prezentována východiska klasického a internetového obchodování. Větší prostor mohl být věnován nákupnímu chování, resp. rozdílům v nákupním chování u klasického nákupního procesu a nákupního chování na internetu. Analytická část práce je zaměřena na charakteristiku prodejen Sportisimo, s.r.o., kde se bakalářka snažila uvést rozdíly mezi kamennou prodejnou a e-shopem. Praktickou část práce představuje čtvrtá a pátá kapitola. Plán marketingového výzkumu je zpracován s cílem zjistit spokojenost zákazníků s nabídkou a znalosti komunikačních nástrojů vybrané společnosti. Pro výzkum byl vybrán segment, který byl označen jako „mladí uživatelé“, vymezený intervalem podle kritéria věku. Segment je nejednotně vymezen z hlediska dolní hranice. V textu je uvedeno 15, resp. 18 – 30 let, ve výsledcích výzkumu hodnoceno za segment 15 – 30 let. Oceňuji provedení analýzy konkurence shrnuté v tabulce č. 1 (str. 42). Určité problémy lze najít ve zpracovaném marketingovém výzkumu (kap. 4), především z hlediska velikosti hodnoceného souboru respondentů ve vztahu k základnímu souboru. Problémy lze spatřovat i v hodnocení pouze prvního stupně. Po technické stránce je práce zpracována pečlivě a pro teoretickou rešerši autorka využila poměrně široké spektrum odborných zdrojů.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete doplnit, zda by se odlišovalo nákupní chování z hlediska pohlaví u provedeného výzkumu?
2. Doplňte důvod vymezení, resp. zkoumání nákupního chování segmentu „Mladí uživatelé“.

Datum: 9. července 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