

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Markéta DOMANSKÁ, DiS.

Název bakalářské práce: Komparace nákupní atmosféry vybraných prodejen drogistických řetězců dm drogerie markt a Teta drogerie

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						
Celkové hodnocení bakalářské práce		X						
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce má standardní strukturu jednotlivých částí vycházející z metodiky zpracování BP na VŠERS. Nejprve je objasněn cíl a metodika zpracování. Teoretická deskripce je provedena z aktuálních zdrojů převážně domácích autorů. Autorka respektuje citační normu, je zachována návaznost mezi teoretickou a praktickou částí práce. Pozitivní je zařazení kapitoly vymezující nákupní chování zákazníků. Pro praktickou část práce byl vybrán trh drogistického sortimentu, resp. obchodní firmy dm drogerie markt a Teta drogerie. Konkrétně se jednalo o dvě prodejny umístěné v centru města Příbram. Pro výzkum byl sestaven plán výzkumu. Problémem je stanovení základního vzorku respondentů. Využití sémantického diferenciálu pro párové porovnání nákupní atmosféry je vhodnou metodou. Výsledky porovnání v jednotlivých zkoumaných parametrech (uvedené v grafu 16) jsou pro čtenáře přehledné, jsou doplněny vlastním komentářem autorky. V závěru jsou navržena opatření ve vztahu k zjištěným nedostatkům pro obě prodejny.

Bakalářská práce je zpracována pečlivě i z hlediska technického zpracování, obsahuje funkční a přehledné grafy a tabulky. Práce má logickou stavbu jednotlivých částí, vyskytují se drobné nepřesnosti v použité terminologii a marketingovém výzkumu, které nesnižují významně úroveň BP.

Otázky k obhajobě:

1. Které podmínky jsou důležité pro aplikaci metody párového porovnání pomocí sémantického diferenciálu?
2. Které prvky věrnostního programu jsou lépe hodnoceny zákaznicemi?

Datum: 30. 4. 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