

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Jitka ČEPOVÁ, DiS.

Název bakalářské práce: Využití elektronického obchodování v sortimentu odívání

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: VSERS

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. Práce v podstatě (až na drobné výjimky) respektuje Metodiku pro tvorbu BP na VŠERS. Teoretická část práce (téměř encyklopedicky) vymezuje základní marketingové pojmy a ekonomické kategorie, které ne vždy mají souvislost s praktickou částí práce. Ke zpracování byly využity adekvátní zdroje odborné literatury, včetně zahraničních.

Analytická část práce „Analýza nákupního chování zákazníků v kamenných obchodech a na internetu“ byla zpracována převážně hodnocením sekundárních informací a dostupných agenturních výzkumů.

Stěžejní oblastí praktické části BP je vlastní marketingový výzkum. Jeho cílem byla analýza trhu odívání z hlediska zákaznických preferencí, zjištění jejich spokojenosti, stanovení druhu poptávaného zboží. Pozitivně hodnotím orientaci výzkumu pouze na segment zákaznic, resp. zúžení souboru respondentů. Závěrem výzkumu byla vymezena charakteristika typické zákaznice s ohledem na její nákupní chování. V marketingovém výzkumu lze najít nedostatky, a to např. ve velikosti zkoumaného souboru. Sama autorka označuje výzkum jako anketu. Nadbytečné je uvádění citace z pramene „SURVIO“ u každé tabulky. Připomínku lze mít i k technickému zpracování marketingového výzkumu, resp. uvedené je možné rozšířit na další části bakalářské práce (např. drobné nedostatky na titulních listech, vynechání oboru specializace, neuvádění kapitol na nové strany).

Z práce je patrné zaujetí autorky pro téma. Přes uvedené nedostatky práce splňuje požadavky na závěrečné práce bakalářského stupně vysokoškolského studia.

Otázky pro obhajobu:

1. Zamyslete se nad vztahem základního souboru respondentů a reprezentativitou zkoumaného vzorku.
2. Uveďte příklad vlivu referenční skupiny na zkoumaný sortiment sportovního odívání.

Datum: 4. 8. 2019

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