VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, z. ú.

Žižkova tř. 6, 370 01 České Budějovice

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Dominika Hájková

Název bakalářské práce: Využití věrnostních programů v podpoře prodeje u franchisingových kaváren

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: Ing. Linda Jelínková

Pracoviště a pracovní zařazení: Marketingová manažerka

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			
Celkové hodnocení bakalářské práce				x			
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		**ANO**					

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Autorka si pro svou práci zvolila problematiku franchisingu a programů podpory prodeje vybraných kavárenských řetězců. Práce je strukturovaná dobře, teoretická část je zvolena v souladu s tématem. Čekala bych ale více textu právě k samotnému oboru franchisingu, podmínkám jak se stát franchisantem (možno demonstrovat na příkladě kavárny), praktické ukázky franchisingových prodejen apod. Dále v popisu zkoumaných nástrojů podpory prodeje mi schází jejich krátké srovnání, způsoby jakými jsou komunikovány apod.

Marketingový výzkum v podobě dotazování byl zvolen adekvátně. Samotné sestavení dotazníku je ale chaotické, neobsahuje filtrační otázky, po kterých by se autorka zaměřila pouze na uživatele zkoumaných věrnostních programů. Následné vyhodnocení je tak poměrně zmatené. Oceňuji iniciativu autorky v podobě navrženého řešení jak zvýšit známost věrnostního programu jednoho z řetězců, ovšem navržený rozsah a kapacita eventu 1000 lidí mi nedávají smysl, nebyl by pro společnost rentabilní.

Téma práce je velmi zajímavé a nabízí velice široké možnosti jak ho využít jak v teorii, tak v samotném uchopení praktické části. Tento potenciál nebyl podle mého názoru autorkou využit.

Otázky k obhajobě:

1. Znáte nějaké instituce v ČR, které se zabývají mimo jiné rozvojem franchisingu a jeho etikou? Jaká je jejich podstata?
2. V závěru práce navrhujete event pro zvýšení povědomí o věrnostním systému sítě Costa Coffee. Napadá Vás ještě jiný způsob podpory, který by byl efektivnější ve smyslu vynaložené náklady vs. množství a kvalita oslovených spotřebitelů?

Datum: 7.5.2019

Podpis oponenta 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