

**Posudek oponenta bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Kateřina Havlová, DiS

**Název bakalářské práce:** Strategie privátních značek na českém retailovém trhu

**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 Jacobs Douwe Egberts Professional

**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				
<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):

Autorka práce si dává za cíl zjistit povědomí spotřebitelů o privátních značkách, což v zásadě splňuje. Marketingový výzkum byl vypracován poctivě, technicky správně, volba otázek do dotazníku byla vzhledem k cíli práce zvolena adekvátně. Jazykově a stylisticky je práce na dobré úrovni.

Teoretická část je přehledná, ucelená, autorka využívá řadu různých literárních zdrojů. U výčtu privátních značek jednotlivých řetězců mi chybí podrobnější analýza zkoumaných, a sice Penny Market a Billa (jaká je marketingová strategie jednotlivých úrovní značek).

V provedené analýze mi chybí hloubka, vyhodnocení jednotlivých otázek je strohé, neobsahuje zamyšlení autorky a možné souvislosti v odpovědích respondentů (např. proč uvádějí jiný preferovaný řetězec, než ve kterém skutečně nakupují apod.). Byly by na místě i kontrolní otázky, jelikož to mnohdy vypadá, že spotřebitelé ani neví, že privátní značky nakupují. Postrádám také provázanost odpovědí se sociodemografickou strukturou respondentů.

### Otázky k obhajobě:

1. Jaká je podle Vašeho budoucnost privátních značek obecně? Jaká je jejich budoucnost v diskontních řetězcích? Jak hodnotíte trendy, o kterých se v práci zmiňujete (bio, bezlaktózy, vegan, apod.)?
2. Jakou výzkumnou metodou byste doplnila dotazníkové šetření pro lepší vypovídající hodnotu výsledků?

**Datum:** .....

**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