

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: IVANA SAMMKOVÁ, DiS.

Název bakalářské práce: Mystery shopping a jeho využití ve společnosti Deichmann

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: VŠERS, katedra managementu a marketingu

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, autorka vycházela z metodiky zpracování bakalářské práce na VŠERS, především po věcné stránce. V oblasti technického zpracování čtenář najde řadu nepřesností např. ve formě uvádění citací. Autorka se sice snaží zachovávat citační normu, ale u některých citací děl se vyskytují pochybení např.: KOTLER, P. , chybí spoluautor KELLER, K.L. *Marketing management*, u titulu KOTLER, P. *Moderní marketing* chybí spoluautorský kolektiv, dále nestejné tvary SPÁČIL, Aleš *Péče o zákazníky.....*, PŘIBOVÁ, M. a kol. na jiném místě PŘIBOVÁ Marie a další. Metodika marketingového výzkumu pomocí mystery shopping ve společnosti Deichmann je pro vlastní marketingový průzkum zpracována na dobré úrovni. Pozitivně hodnotím provedenou analýzu trhu obuví v ČR. Mystery shopping byl realizovaný ve všech jednotkách Deichman nacházející se v Karlovarském kraji. Autorka mohla více rozvést návrhy vyplývající z analýzy získaných dat, např. „Prodávající by se měli více usmívat na zákazníky a nedávat najevo, že je obtěžují“. Zde např. mohl být popsán nějaký typ tréninku obchodních dovedností apod. Zpracované návrhy pokládám za odpovídající výstupu kvalifikační bakalářské práce.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete společnosti Deichmann doporučit i využívání dalších technik mystery aktivit?
2. V jakých intervalech by měla společnost provádět výzkum pomocí mystery shoppingu. Je vhodnější techniku provádět vlastními silami nebo externími pracovníky?

Datum:

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