

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Petr Spörl, DiS

Název bakalářské práce: Podpora prodeje na trhu elektro zboží a ve společnosti Electro World s.r.o.

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

Titul, jméno a příjmení vedoucího 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					
	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 je logicky strukturovaná, jednotlivé kapitoly na sebe navazují. V teoretické části se autor věnuje tématu marketingového mixu s důrazem na podporu prodeje a její nástroje, následuje výčet konkurence na trhu elektro spotřebičů. Schází zde praktické zaměření autora na tento trh, konkrétní příklady, jak v praxi nástroje podpory vypadají, jak prodejci vyzývají k nákupu, a to nejen formou všudypřítomných slev a záruk, ale i právě zmíněných POS materiálů a merchandisingu. Následně by se také hodilo přehledné srovnání konkurentů a jejich unikátností / konkurenčních výhod.

Praktická část se věnuje řetězci Electro World s.r.o., adekvátně byl zvolen výzkum pomocí dotazníkového šetření. Autor se v analýze zaměřuje na stručnost a jasný výklad, což mnohdy může vést k opomenutí některých souvislostí. Chybí zde sociodemografická analýza a její propojení s jednotlivými částmi dotazníku, například jak autor ví, na jaký nástroj podpory prodeje jsou senzitivní lidé střední generace a na co starší ročníky apod.? Další skutečnost, která podle mého názoru značně ovlivnila výsledky výzkumu, byla akce Black Friday, která právě probíhala, a téměř všichni dotazovaní přišli za jejím účelem.

Celková úroveň práce je spíše průměrná, plochá, bez detailnějších analýz a hlubšího zamyšlení autora.

Otázky pro obhajobu:

1. V dnešní digitální době a e-shopů je čím dál více využíván tzv. affiliate marketing. Vysvětlete, prosím, jeho podstatu a v jaké míře je podle Vás využíván na trhu elektro spotřebičů?
2. Který z nástrojů podpory prodeje (případně jejich mix) v Electro World je podle Vašeho názoru nejučinnější pro mladou generaci (18-35 let)?

Datum: 4. 7. 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	DOBŘÍ (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