

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Tomáš Strnad

Název bakalářské práce: Komparace nákupní atmosféry obchodních jednotek Albert a.s. a

Kaufland v.o.s.

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 úrovně 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):

Bakalářská práce se věnuje zajímavému tématu nákupní atmosféry a merchandisingu, které hrají čím dál větší úlohu v obchodním podnikání. Struktura práce je logická, teoreticky vymezuje předmět práce a zmiňuje i tzv. černou skříňku spotřebitele. Zde by bylo vhodné více téma rozvést, neboť jeho poznání významným způsobem ovlivňuje rozhodování prodejců o důležitých aspektech prodejen.

Teoretická část začíná analýzou vymezených prodejen, na kterou navazuje marketingový výzkum v podobě dotazníkového šetření. Vzhledem k cíli práce byla tato dobrá volba. Autor velmi dobře vyhodnocuje data pomocí sémantického diferenciálu, kterým názorně porovnává obě zkoumané prodejny. Ve vstupní analýze mi schází alespoň stručná definice typického zákazníka prodejen a jeho chování, neboť právě nákupní atmosféra a merchandising s tím velmi úzce souvisí.

Celkově je práce poměrně zdařilá, definované cíle jsou naplněny. Autorovi bych vytkla nepozornost v gramatice a estetické úpravě, což mnohdy ztěžuje čtení. Jak již bylo zmíněno výše, práci chybí hlubší analýza strany spotřebitele a propojení se zkoumaným problémem.

Otázky k obhajobě:

1. Každá doba sebou nese nové trendy. Jaké jsou podle Vás nové trendy právě v oblasti, která je tématem Vaší práce?
2. Černá skříňka spotřebitele – jak souvisí s rozmístěním prodejny a atmosférou? Co by měli manažeři vědět o svém zákazníkovi, když o tomto rozhodují?

Datum: 23. 7. 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