

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Petra Řezanková

Název bakalářské práce: KOMPARACE NÁKUPNÍ ATMOSFÉRY U PRODEJEN BAŤA, A. S. A DEICHMANN-OBUV S. R. O. V KLATOVECH

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: VSERS

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, jednotlivé části, kapitoly na sebe logicky navazují. Teoretická část práce je zpracována z adekvátních odborných zdrojů, které objasňují oblast retail marketingu zaměřeného na tvorbu nákupní atmosféry. Analytická část práce prezentuje základní informace o vybraných obchodních jednotkách (Baťa a Deichmann-obuv), které byly dále předmětem komparace nákupní atmosféry.

K vlastnímu porovnání nákupní atmosféry autorka využila marketingový výzkum. Marketingový výzkum, sonda vykazuje řadu problémů z hlediska výběru respondentů a hodnocení výzkumu. Při komparaci nákupní atmosféry vybraných jednotek je vhodnější využívat techniku osobního dotazování, která vede k získání adekvátních informací pro její následné hodnocení. Autorka sice na str. 35 uvádí, že se setkala s neochotou respondentů k vyplnění dotazníků a z uvedeného důvodu využila produkt Survio. Přes uvedené potíže se domnívám, že mohl být výzkum proveden kombinací obou technik dotazování. U analýzy hodnocení výsledků v malém vzorku respondentů (65) pokládám za nešťastné uvádět hodnocení na desetinná čísla. Využití sémantického diferenciálu pro závěrečné hodnocení přineslo několik konkrétních námětů pro zlepšení nákupní atmosféry v konkrétních aspektech.

Autorka respektovala Metodiku zpracování BP na VŠERS, v práci se vyskytují drobné stylistické neobratnosti.

Otázky pro obhajobu:

1. Ve výzkumu pro hodnocení nákupní atmosféry jsou získané informace od respondentů hodnoceny průměrnými hodnotami. Jak by se lišilo hodnocení nákupní atmosféry např. za respondenty ženy a muže?
2. V závěru práce uvádíte další možnosti k hodnocení nákupní atmosféry, např. využití mystery shoppingu (MS) . Které konkrétní faktory nákupní atmosféry lze pomocí MS měřit a v čem bude přednost využití MS?

Datum: 27. 5. 2020

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	DOBŘÝ (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