

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Klára Šmejkalová

Název bakalářské práce: Komparace marketingových aktivit franchisingových řetězců v oblasti gastronomie na českém trhu

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

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, při zpracování zadaného tématu byla dodržena Metodika zpracování závěrečných prací na VŠERS. Výběr tématu hodnotím pozitivně, franchising je v prostředí českého trhu na vzestupu.

Teoretická část práce vychází z dostupných odborných zdrojů, autorka zde minimálně využila prostor pro vlastní hodnocení a komentáře.

Praktickou část práce uvádí kapitola 3 Komparace marketingových aktivit největších franchisingových řetězců v oblasti gastronomie působících na českém trhu. Zhodnocení vybraných značek je provedeno pomocí silných a slabých stránek za jednotlivé subjekty v tabulce č. 1. Zde opět autorka nevyužila prostor pro závěrečnou analýzu rozdílů v marketingu posuzovaných subjektů, která měla následovat za tabulkou. Marketingový výzkum spokojenosti s vybranými pěti společnostmi je zpracován ve čtvrté kapitole. Pro zpracování byl sestaven plán výzkumu. Zpracování a analýza dat vykazuje celou řadu nedostatků. Po formální stránce jsou zbytečné uváděny stejné hodnoty u každého údaje tabulek (např. %), počet respondentů je uveden v desetinných číslech, problematicky lze hodnotit výběr respondentů, analýzu dat a jejich interpretaci. .

V práci lze najít stylistické a gramatické prohřešky.

Otázky k obhajobě:

1. Zamyslete se nad dopady epidemie COVID 19 na franchisingové subjekty v oblasti gastronomie.
2. Které franchisingové řetězce (subjekty) z hlediska jejich původu na českém trhu převažují?

Datum: 29. 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	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