

**Posudek oponenta bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Michal BURIAN

**Název bakalářské práce:** VYUŽITÍ TECHNIKY MYSTERY SHOPPINGU V PRODEJNÍCH JEDNOTKÁCH COOP PŘÍBRAM, DRUŽSTVO

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

**Titul, jméno a příjmení oponenta práce:** prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc.

**Pracoviště a pracovní zařazení:** Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů, Praha

**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				
<b>Celkové hodnocení bakalářské práce</b>				X				
<b>Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě</b>		<b>ANO</b>						

## Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Oponovaná bakalářská práce má obvyklou strukturu. V teoretických částech se zaměřuje na objasnění podstaty družstevního podnikání a následně na výzkum pomocí mystery aktivit.

V praktické části autor provedl vlastní marketingový výzkum pomocí této techniky. Provedené vlastní šetření autora práce v prodejnách TUTY přináší řadu zajímavých informací a může sloužit pro zvýšení kvality obchodních služeb uvedeného řetězce.

V této souvislosti je nutné upozornit na některé rozpory. Název bakalářské práce začíná „Využití techniky Mystery shoppingu ...“, ale již v Úvodu na s. 14 označuje autor Mystery shopping za metodu, resp. metody. Podobně je tomu v Závěru na s. 70. Uvědomuje si autor BP, jaký je v marketingovém výzkumu rozdíl mezi pojmy „metoda“ a „technika“ – viz níže otázky k obhajobě?

V každém případě měl autor věnovat větší pozornost samotnému napsání své bakalářské práce a označovat Mystery shopping jednotně. Podobně je tomu se psaním velkého či malého písmene na začátku tohoto pojmu – v názvu práce píše Mystery shopping, ale zase již v Úvodu na s. 14 píše mystery shopping. Další výhrady lze mít i k provedené jazykové korektuře práce. Například na straně 37 čtenář najde „Zaměstnanci prodejny působily při práci ...“.

## Otázky k obhajobě:

1. Jaký je v marketingovém výzkumu rozdíl mezi pojmy „metoda“ a „technika“?
2. Zdůvodněte, zda považujete Mystery shopping za metodu nebo techniku marketingového výzkumu?

**Datum:** 9. 1. 2021

**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 hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce