

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Kristýna Soukupová, DiS.

Název bakalářské práce: KOMPARACE SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ OBCHODNÍCH JEDNOTEK KIK TEXTIL A NON-FOOD SPOL. S.R.O. V PŘÍBRAMI

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):

Téma spokojenosti zákazníků je pro obchodní subjekty důležité, proto lze výběr tématu a cíle BP hodnotit jako aktuální. Zároveň je nutné konstatovat, že zpracování tématu není jednoduché a vyžaduje získání specifických poznatků z oblasti spotřebního chování a marketingového výzkumu. V tomto směru autorka BP ke zpracování přistoupila zjednodušenou formou, která se projevila v nepropracovanosti návrhu metodiky zpracování bakalářského spisu (viz str. 10). Uvedený problém se promítá do logické struktury práce, která působí více dojmem „slovníku“, který objasňuje nahodile některé kategorie marketingu a spotřebního chování.

Autorka uvádí nepodložené informace o firmě např. konstatuje: „Každým měsícem roste počet zákazníků, ačkoli je konkurence čím dál silnější...“ (str. 34), bez uvedení zdroje.

Marketingový průzkum byl realizován kvalitativní metodou, a to pomocí hloubkových rozhovorů. Výhradu lze mít k analýze a interpretaci získaných odpovědí. Chybí příklad konkrétního záznamu rozhovoru.

Autorka plně nerespektovala Metodiku zpracování BP na VŠERS, která např. vyžaduje, že každá kapitola začíná na nové straně. Z obsahu BP je již patrné podcenění závěrečné korektury celé práce. Problémem práce je stylistika a odborný jazyk. V kapitole druhé jsou všechny tři subkapitoly označeny pořadově stejně jako 2.2. Pojmy jsou v textu využívány nejednotně např. spotřebitelské chování, spotřební chování, spokojenost zákazníka.

Otázky k obhajobě:

1. Vysvětlete termíny spotřebitel a zákazník.
2. Naznačte marketingový mix v obchodě, jak se liší od klasického marketingového mixu 4P.

Datum: 3. 6. 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