VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, z. ú.

Žižkova tř. 6, 370 01 České Budějovice

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Kateřina RODOVÁ, DiS

Název bakalářské práce: Marketingová komunikace Jednoty, spotřebního družstva ve Vimperku

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 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		
Celkové hodnocení bakalářské práce						x	
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		**ANO**					

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Předložená bakalářská práce se věnuje problematice marketingové komunikace spotřebního družstva Jednota ve Vimperku. V teoretické části 2. 3 Marketingová komunikace a komunikační mix na s. 12 – 21 mohla autorka lépe pracovat s použitou a citovanou literaturou. Rozhodně bylo možné přistupovat k popisovaným nástrojům marketingové komunikace s hlubším pochopením jejich podstaty a historických souvislostí – viz 1. otázka k obhajobě.

V praktické části provedla vlastní dotazníkové šetření spokojenosti zákazníků. Sama je správně označuje za pouhou marketingovou sondu. Získala jen 77 vyplněných dotazníků. Naopak chybně píše na s. 37, že: „marketingové šetření probíhalo formou SAMOVÝBĚRU, RESP. příležitostného výběru respondentů." Samovýběr funguje na straně respondentů, nikoli u realizátora výzkumu, rozhodně se nejedná o techniku výběru, jak by se mohlo z autorčiny formulace zdát. Stejně tak není jasné, co má na mysli svým označením „příležitostný výběr". Nic takového se v metodologii marketingového výzkumu nevyskytuje.

Chybám se nevyhnul ani samotný dotazník, který je uveden v příloze bakalářské práce. U otázky č. 7 je špatné pořadí variant odpovědí. Většina otázek je pouze dichotomických. Rovněž není obvyklé začínat identifikačními otázkami (pohlaví, vzdělání, věk). Je lépe je dávat až na konec – viz 2. otázka k obhajobě. Statistické zpracování dat přináší pouze jednorozměrnou analýzu třídění prvního stupně.

Celkově oponovaná bakalářská práce rámcově naplňuje pouze minimální požadavky, které jsou požadovány od vysokoškolské práce bakalářského studia.

Otázky k obhajobě:

1. Jaký je vztah mezi WOM, jak autorka píše například na s. 14 - 16 a dvoustupňovým komunikačním modelem P. F. Lazaresfelda? K vysvětlení je možné využít třeba obr. 3 – 2 na s. 35 v citované knize FORET, M.. *Marketingová komunikace*. 3. aktualizované vydání. Brno : Computer Press, a.s., 2011. ISBN 978-80-251-3432-0.
2. Vysvětlete, proč dotazník začíná identifikačními otázkami (pohlaví, vzdělání, věk)?

Datum: 7. 5. 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 hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce