

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Markéta Viltová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Segmentace zákazníků vybrané firmy
Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná práce na téma Segmentace zákazníků vybrané firmy má klasickou strukturu. Cíl práce je definován v úvodu, na který navazuje teoretická část. V té se autorka dopustila formálních i jazykových chyb. Vedle nevhodných jazykových vyjádření se jedná například o citace, kdy se tečka píše až za citací. Po pomlčce v odrážkách se píše malé a ne velké písmeno, viz např. str. 12 a str. 13. Autorka by se měla vyhnout dvěma a více odstavcům za sebou vycházející ze stejné knihy (viz např. kap. 1.3.3, která celá vychází z knihy autora Koudelky. Hypertextové odkazy nemají v práci své místo. V PEST analýze při popisu technologického prostředí autorka popisuje vnitřní prostředí firmy, její inovace atd. S některými tvrzeními autorky nelze souhlasit, jako např. že vysoká nezaměstnanost je obecným problémem celé České republiky nebo že mezi obyvateli České republiky stále panuje strach, že přijde ekonomická krize.

Dotazník není dle mého názoru správně složen. V analýze nákupního chování stávajících zákazníků je uvedeno, že přibližně 10 % zákazníků tvoří lidé okolo 30 let a přesto je následný dotazník zaměřen hlavně na lidi mezi 18-30 lety (60 %). Při přepočtu procenta/osoby nesedí uvedená procenta u obr. č.

7. Nerozumím, z jakého důvodu dotazník pokračoval, když respondent odpověděl na otázku č. 8 a zároveň na otázku č. 9 negativně. Autorka se vlastně ptá skupiny, která nevlastní prostor na bydlení a neplánuje investici, tedy se úplně odklání od své cílové skupiny a pracuje tak s nerelevantními údaji. V otázce č. 20 byl zjištěn nejefektivnější komunikační kanál - internet, který označilo 87 % respondentů. To není překvapivé, neboť pro mladé lidi je internet hlavním zdrojem informací. Při plánování komunikační kampaně pro skupinu 18 - 30 let autorka nepochopitelně využívá rádio, které označilo pouze 22 % respondentů a internet úplně pomíjí.


Z výše uvedených důvodů si proto myslím, že vytyčený cíl nebyl zcela naplněn.

Práci na základě uvedených skutečností hodnotím jako dobrou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Z čeho usuzujete, že vysoká nezaměstnanost je obecným problémem celé České republiky a že mezi obyvateli panuje strach z příchodu ekonomické krize?

V Plzni, dne 11. 5. 2015


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručně zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).