

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

**Jméno studenta:** Nicola Holdschicková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Faktory ovlivňující nákupní rozhodovací proces zákazníka při koupi automobilu  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.  
**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
A	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Předložená bakalářská práce se zabývá spotřebním chováním zákazníků při koupi automobilu. Teoretický vstup bakalářské práce (kap. 2, 3) je zpracován na úrovni odpovídající typu práce. V některých pasážích bylo by vhodné prezentovat ve větší šíři i další zdroje. V kap. 2.3.3 není zřejmý rozdíl mezi intenzivním a extenzivním problémem; stejně jako v tab. 2 nelze zaměnit (nejsou synonymy) běžné rozhodování (nadpis) a automatické chování (nadpis sloupce v tabulce). Některé použité zdroje, např. jakasi.cz nejsou pro potřeby bakalářské práce vhodné, zvláště pokud jsou z nich čerpány informace běžně publikované v odborné literatuře.

Až na výjimky

Klíčovou částí výzkumu je realizované dotazníkové šetření (n=126), které lze považovat za reprezentativní především ve věkové skupině 18-35 let. Je škoda, že autorka např. při formulaci dotazníku nepoužila i další představitelná segmentační kritéria, např. fáze životního cyklu rodiny - str. 25, tab. 3, nebo disponibilní příjem.

Studie dle věkových skupin je zajímavě zpracovaná, nicméně bez využití statistických metod. Mohlo být zajímavé zkusit najít typického zákazníka např. pro jistý typ automobilu, nebo jeho vlastnost, což by mohlo být přínosné pro prodejce (především ojetých automobilů). Je škoda, že autorka neuvádí přesnější metodiku návštěv autosalonů (počet, případnou strukturu otázek...), mohlo by to přispět k vypovídací hodnotě práce.

Několik překlepů a nepřesných formulací (např. str. 54<sup>4</sup> "Webová stránka Neilsen dělala...") nesnižuje hodnotu práce.

Celkově práci považuji za zdařilou sondu do spotřebního chování v oblasti nákupu automobilů. Práci hodnotím již spíše velmi dobře.

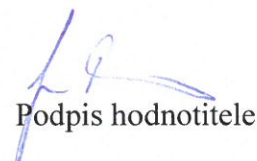
### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Jakým způsobem byly stanoveny předpoklady výzkumu prezentované na str. 38, např. o černé barvě?

Mají osoby v marketingové teorii i jiný význam?

Narazila jsem při zpracování práce na rozpory mezi výsledky vašeho dotazování, rozhovorů s prodejci a prezentovanými výzkumy třetích stran?

V Plzni, dne 25. května 2016



Podpis hodnotitele

---

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručně zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> 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](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).