

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2011/2012

**Jméno studenta:** Lucie Jeřábková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Význam Green marketingu při nákupním rozhodování zákazníka

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Lenka Čechurová

**Podnik – firma:**

**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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 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 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 řeší velmi aktuální tematiku bio produktů. Práce má část teoretickou a praktickou, je logicky členěna a jednotlivé kapitoly na sebe navazují. Jako slabinu teoretické části vidím nadměrné užívání určitých zdrojů, práce se v kapitole 2.1 a 2.2 podobá výpiskům. V praktické části byl proveden průzkum od stolu a terénní průzkum se zajímavými výsledky. Následovalo dotazníkové šetření mezi spotřebiteli, kde se objevují nepřesnosti v interpretaci dat. Rozdělení 85 respondentů na skupiny o 37 a 48 lidech výrazně snižuje vypovídací schopnost dotazníkového šetření. Rozdíly mezi skupinami je uváděn v procentech, což je při takto malém množství zkreslující. Interpretace některých výsledků je nešťastně zvolena např. obrázky 19 a 20 na stranách 44 - 45, kde autorka uvádí, že "nikoho nepřekvapí, že ve druhé skupině (neinformovaných respondentů pozn. LČ) respondentů nemá žádné zastoupení odpověď "jednoznačně bio"" - v první skupině lépe informovaných respondentů tuto možnost označil pouze jeden respondent. Dále uvedené grafy na str. 55 jsou naprosto zbytečné, nemají žádnou vypovídací schopnost, protože porovnávají 2 resp. 4 odpovědi. I přes nedostatky v kapitole 8 hodnotím práci jako "velmi dobrou".

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

Jaké další nástroje komunikačního mixu (mimo webových stránek maloobchodníků a uspořádní výrobků v prodejně) mohou ovlivnit rozhodování zákazníka? Uveďte konkrétní příklad z praxe.

Na obrázku 8 na str. 25 je uveden počet 432 biopotravin v Globusu, v následujícím textu uvádíte pouze 212 výrobků. Komentujte rozdíl.

V Plzni, dne 21.5.2012



Podpis hodnotitele

---

#### Metodické poznámky:

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

<sup>2</sup> Stručné 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).