

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Lucie SAMCOVÁ
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Vnímání privátních značek zákazníky maloobchodů

Hodnotitel – vedoucí práce: Doc. Ing. Petr Cimler, CSc.

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Práce dává velmi podrobný přehled o postojích zákazníků k privátním značkám. Ten je založen na výsledcích vlastního dotazníkového šetření, v kterém je nutno ocenit volbu otázek.

Práce se skládá z několika specifických částí: teorie značky, pojednání o privátních značkách, kde má velký význam a přínos pozornost věnovaná trendům v privátních značkách, představení privátních značek potravinářského zboží nadnárodních řetězců v ČR a samotné vyhodnocení dotazníkového šetření. V přehledu privátních značek řetězců postrádám "přirazení" jednotlivých konkrétních skupin privátních značek dle členění na ekonomické, standardní a prémiové (přirazeno jen u některých) a dle generace. Výhradu lze mít i k formulaci hypotéz na s. 81. Např. formulaci "Jakým způsobem vnímají zákazníci ... produkty privátních značek", ale i některé další na téže straně nelze akceptovat jako hypotézu. Navíc, z čeho vyplývá např. autorčin předpoklad, že "Více jak polovina ... spotřebitelů zná privátní značky a dokáže 2 ... určit."? A v podstatě totéž ve všech tzv. "podpůrných hypotézách" na s.

81? Demografické charakteristiky využila autorka jen u vlivu vzdělání na znalost PL. Na s. 86 autorka používá "povědomí o PL" a "znalost pojmu" - lze považovat za stejný problém?

Pokud by autorka nezařadila SWOT analýzu, práci by to neuškodilo (s ohledem na úroveň zpracování). V textu doporučuji napříště nepoužívat "... nejméně/nejvíce hlasů dostala..." apod. - nejde o volbu miss.

Autorčina doporučení v závěru práce lze považovat za trefná, zasluhující zřejmě více pozornosti. Ale lze je chápat jako náměty a výzvu pro další práci a výzkum.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jaké jsou příčiny nízkého podílu privátních značek na českém trhu?

Jaká je situace v privátních značkách u potravinářského zboží?

V Plzni, dne 20.5.2019

Podpis hodnotitele