

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Edita Hirschauová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraných obchodů s online prodejem na trhu B2C

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Hana Kunešová, Ph.D.

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 bakalářskou práci klasifikačním stupněm:² **výborně**

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Práce v plné míře splňuje všechny požadavky kladené na bakalářskou práci. Cíl je jasně formulovaný v Úvodu: "zhodnotit marketingovou komunikaci vybraných knihkupectví, identifikovat nedostatky v jejich online a osobní marketingové komunikaci a navrhnout patřičná řešení a doporučení pro praxi, která by mohla případná zjištěná negativa zlepšit nebo dokonce eliminovat." Tento cíl byl splněn. Autorka se zaměřila na tři knihkupectví (Knihy Dobrovský, Luxor a Levné knihy), která disponují kamennými prodejny i e-shopem. Práce má dobře zvolenou strukturu, jednotlivé kapitoly na sebe logicky navazují. Metodika zpracování je shrnuta v Úvodu práce a blíže vysvětlena v kapitole 3. Použité metody byly s ohledem na cíl práce zvoleny správně.

Teoretická část práce (kapitoly 1 a 2) je zpracovaná pečlivě a tvoří vhodné východisko pro zpracování empirické části. Text obsahuje odkazy na české a zahraniční odborné zdroje.

Empirická část práce se podrobněji zaměřuje na zkoumání marketingové komunikace vybraných knihkupectví. Za přínosné považují dlouhodobé sledování všech tří knihkupectví, a to v období od července 2019 do března 2020. Autorka v tomto období sledovala marketingovou komunikaci vybraných knihkupectví na sociálních sítích, opakovaně navštěvovala kamenné pobočky prodejen za účelem mystery shoppingu a provedla dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 515 respondentů sdružených na Facebooku v různých čtenářských skupinách. Autorka tak nasbírala značné množství primárních dat, která analyzovala a vyhodnotila. Následně také porovnála a okomentovala výsledky zjištěné prostřednictvím různých metod (mystery shopping a dotazníkové šetření) a navrhla doporučení pro další praxi.

Autorka v práci prokázala, že velmi dobře ovládá použité metody. Doporučení pro praxi jsou odůvodněná, realizovatelná a užitečná nejen pro sledovaná knihkupectví, ale i pro další prodejny - v tom spatřují přínos práce.

Z obsahového a formálního hlediska považují práci za výbornou.

Studentka byla také příkladná svou aktivitou v průběhu zpracování bakalářské práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Co považujete za důležité v přípravě na mystery shopping a v jeho průběhu? Jakých chyb by se měl mystery shopper vyvarovat?
2. Podle čeho jste při mystery shoppingu hodnotila odbornost personálu (kritérium č. 4)?

V Plzni, dne 3. 6. 2020

Podpis hodnotitele