



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Patrik Svozil
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Využití mystery shoppingu pro hodnocení komunikace se zákazníky ve zvolené organizaci

Hodnotitel – oponent: Ing. David Prantl
Podnik – firma: ZČU

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 type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C) Teoretický základ práce (řešeršní část) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| F) Formální zpracování práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| O) Celkový dojem z práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce se zabývá využitím mystery shoppingu pro hodnocení komunikace se zákazníky. V první části práce je za pomoci vhodných zdrojů představen mystery shopping. Představení společnosti Market Vision na straně 28 postrádá vysvětlení vztahu této společnosti k práci. Při popisu poboček by bylo vhodné uvést v práci fotografie (například popis kiosků na straně 32). V praktické části nejdříve sám autor zdařile provedl mystery shopping a potom hodnotí dříve provedené. Není ovšem úplně jasné, proč autor vlastně mystery shopping na pobočkách sám prováděl - konkrétní doporučení / závěry z provedeného výzkumu nejsou v práci přímo uvedeny (např. návrhy na změny v dotazníku, pobočkách atd.). V práci také chybí hlubší informace o analyzovaných pobočkách. Pobočky jsou označovány zkratkami (ABC atd.), které nejsou vysvětlené. Samotná analýza poskytnutých dat je spíše jen popisem toho, jestli došlo ke zlepšení nebo zhoršení. V praktické části práce jsou také poněkud nepřehledně voleny názvy kapitol a podkapitol. Zadané cíle práce jsou ovšem splněny, i když seznam doporučení mohl být bohatší.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké závěry by jste vyvodil z Vámi provedeného mystery shoppingu na pobočkách ING? Je scénář dobře konstruovaný - napadá Vás zařazení nějakého dalšího bodu k hodnocení?

V Plzni, dne 25.5.2020

Podpis hodnotitele