

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Kryštof-Adam Dubský
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Kupní chování generace X/Y/Z

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. Ing. Dagmar Jakubíková, 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Cílem bakalářské práce bylo prostřednictvím dotazníkového šetření identifikovat rozdíly v kupním chování generací X, Y a Z, v souvislosti s nákupem mobilního telefonu. V návaznosti na hlavní cíl byly autorem práce stanoveny tři dílčí cíle. V práci nebyla formulována žádná výzkumná otázka ani žádná hypotéza. Práce je členěna do tří částí v souladu s požadavky stanovenými na zpracování bakalářských prací. Teoretická část je zpracována s využitím pouze českých publikací a českých internetových zdrojů. Použitá metodika pro zpracování práce je popsána v samostatné kapitole č. 5. Pro zpracování praktické části práce bylo využito analýzy sekundárních zdrojů a realizováno dotazníkové šetření prostřednictvím Google Docs. Tvorba dotazníků vycházela z teoretických poznatků získaných při zpracování první, teoretické části práce. Odkaz na dotazník byl sdílen na sociálních sítích Facebook, Instagram a na



platformě Twitch. Dotazník obsahoval celkem 20 otázek a vyplnilo jej celkem 287 respondentů. Výsledky dotazníkového šetření jsou přehledně zpracovány ve formě grafů s doplňujícími komentáři. V návrhové části práce jsou uvedeny návrhy v třídění: pro spotřebitele; pro prodejce. Návrhy nejsou dále rozpracovány dle jednotlivých generací tak, aby byly v plném souladu se stanoveným hlavním cílem práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Stručně a přehledně uveďte hlavní rozdíly při nákupu mobilních telefonů dle generací X, Y a Z.
2. V práci jste se vyjádřil, že kupní chování je ovlivněno všemi prvky marketingového mixu. Vlivy působení některých prvků marketingového mixu jste popsal. Téměř žádný prostor jste nevěnoval marketingové komunikaci. Jaké formy marketingové komunikace ovlivňují jednotlivé generace?

V Plzni, dne 20. května 2021

Podpis hodnotitele