



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Barbora Onderová
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Reklama, jakožto faktor ovlivňující nákupní rozhodovací proces napříč generacemi

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Hlavním cílem hodnocené bakalářské práce bylo popsat percepce reklamy zkoumaných generací – Baby Boomers, generace X, generace Y a generace Z na území České republiky v rámci nákupního chování (především při nákupu potravinového zboží) a porovnat mezi nimi rozdíly v závislosti na vybraných faktorech (věk) prostřednictvím dotazníkového šetření společně s využitím statistického testování. Na hlavní cíl navazoval dílčí cíl, kterým bylo na základě výsledků výzkumu navrhnout reklamní řešení pro akvizici nových návštěvníků a posílení loajality vybrané maloobchodní jednotky. Po prostudování celé práce lze konstatovat, že takto stanovené cíle byly naplněny. Členění práce do jednotlivých částí je popsáno v úvodu. Pro zpracování teoretické části práce byl použit bohatý zdrojový aparát. Je v ní rovněž

uplatněna diskuse s autory. Metodika použitá pro zpracování tématu a naplnění cílů práce je podrobně představena, a také je zdůvodněno její použití, v kapitole 6 nazvané Výzkumná část, konkrétně v podkapitole 4.2. Nejprve je autorkou práce vyhledána odborná studie zpracovaná na zkoumané téma, která poskytuje základní sekundární informace, které jsou využitelné pro vytvoření vlastního výzkumu autorky práce, a následně je prezentováno vlastní šetření realizované autorkou práce. Výsledky šetření jsou přehledně zpracovány ve formě textu, tabulek a grafů. Návrhová část je zpracována na základě teoretických poznatků a výsledků provedeného šetření, a také v ní zařazeného rozhovoru, pro potřeby konkrétního rodinného podniku, kterým byl Farmářský obchod u Zelených nacházející se v Sušicích. Návrhy v ní obsažené mají praktické využití. Materiály obsažené v přílohách vhodným způsobem doplňují text práce.

Celkově lze hodnotit práci jako práci kvalitní.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Jak často by měla probíhat podobná šetření, aby na změny vztahu různých generací k reklamě bylo včas reagováno?
2. Byla již Vámi navrhovaná doporučení představena majitelce prodejny? Pokud ano, tak jaká byla její reakce?
3. Se kterými úskalími jste se při zpracování tématu své bakalářské práce setkala?

V Plzni, dne 25.5. 2022

Podpis hodnotitele