

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Kateřina Chovancová
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketing vybraných sportovních prodejen

Hodnotitel – oponent: Ing. David Prantl, Ph.D.

Podnik/organizace oponenta:

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

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

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená práce se zabývá marketingem vybraných sportovních prodejen. V úvodu není jasně definován cíl práce. V teoretické části práce je několik stran sepsáno vždy jen z jednoho zdroje, např. autor Jaderná (2021) od strany 20 do strany 23 (tento zdroj je celkově v práci až nadměrně citován). Přehlednost textu a informací je poměrně nízká. Autorka však zmiňuje důležité pojmy z oblasti marketingu prodejen. Počet využitých zdrojů je podprůměrný, zahraniční zdroje nejsou vůbec využity.

V teoretické části práce jsou nejdříve představeny tři prodejny sportovního oblečení. Autorka vhodně definuje hodnocené oblasti dle Fullera trojúhelníku. Dotazník by měl mít lépe definovány cíle a stanoveny mohly být výzkumné otázky. Za značný problém v dotazníku považuji to, že nebyly dobře definovány prodejny, kterých se šetření týkalo - respondent z dotazníku nemohl pochopit, pro jakou prodejnu hodnocení vyplňuje (v přiloženém dotazníku není fotografie prodejny, adresa). Zároveň na začátku dotazníku musí být filtrační otázka, jestli danou prodejnu zná a navštívil ji - pokud ji nenavštívil, dotazník přeci nemůže vyplnit. Hodnocení je tak zkreslené.

Následná doporučení se zaměřují hlavně na dětský koutek, což žádná prodejna nenabízí. Není jasné, z čeho autorka vychází a proč si myslí, že by prodejny měly mít dětský koutek. Ani není řešeno, jaké by to mělo



negativní dopady (hluk v části prodejny, nebezpečí úrazu, náklady na hlídání). Doporučení jsou tak podprůměrná.

Práci hodnotím na dobře až nevyhověl dle průběhu obhajoby.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Jak respondenti v dotazníku mohli vědět, o jakou prodejnu přesně se jedná?

Jak bylo zjišťováno, že respondenti hodnotící dané prodejny, je někdy navštívili?

Navrhujete zřídit dětský koutek - jaké to může mít problémy pro prodejny? Myslíte si, že se lidé při výběru prodejny rozhodují podle toho, jestli má dětský koutek?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele