

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Juránek Adam
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketing maloobchodu Decathlon

Hodnotitel – vedoucí práce: Doc. Ing. P. Cimler, CSc.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Cíl práce formulován povrchně, chybí přesnější vymezení metod využitých k avizované analýze prvků marketingového mixu.

Formální nedostatky: psaní textu zčásti v budoucím čase, přičemž práce je již hotova, formulace odpovídají spíše záměru resp. projektu práce; nevhodná úprava textu (např. str. 7, 46, 47, 49), velikost obrázků; nesprávné odkazování na zdroje v textu celé práce, nesprávné umístění zdrojů, nerespektování pravidel APA 7 v seznamu zdrojů, neúplný seznam zdrojů, neřazení dle abecedy, v seznamu zdrojů nejsou publikace uvedené v Zadání BP atd., úprava tabulek v části 4, design grafů v části 4 by bylo vhodnější řazení dle podílu zastoupení sportů v obrázku 21, 25, odkazování na grafy v textu, celkový design části 4 (vyznačení, která výzkumná otázka je předmětem textu a grafu).

V teoretických východiscích autor přebírá výroky bez patřičného vlastního postoje k nim, často výroky vytržené z kontextu původního textu apod. Příkladem budiž poslední odstavec části 1.2.2! Celkově je text části 1 povrchní, bez hlubšího pohledu autora. Autor nevyužívá renomované zdroje - viz např. s. 17.

Některé výrazy nejsou vhodné pro BP - např. "...spadá pod společnost ..." - nutno specifikovat, zpřesnit. Charakter proklamace má např. text "... bez kompromisů na kvalitě ..." na s. 31 či na s. 34 apod. Text obsahuje nepřesnosti, např. "Prodejna Decathlon je součástí hypermarketu Globus", svědčící o absenci znalostí z výuky.

Text bylo vhodné doplnit příklady resp. obrázky zejména v části 3.4.

V textu se lze setkat s prohřešky proti gramatice, autor nerespektuje, že věta začíná velkým písmenem a končí tečkou - viz např. 3.7. Obdobně nesprávné užívání znaku %. - viz např. s. 65.

Na s. 54 označuje autor svoji bakalářskou práci resp. její část jako studii.

Výzkumná otázka nekoresponduje s cílem práce, chybí dílčí výzkumné otázky.

Část Závěr je nadbytečná vzhledem k části 5, navíc obsahuje metodiku práce, která má být uvedena v úvodu práce.

I když práce svědčí o vztahu autora k problematice i o praktických zkušenostech a takto ji lze obsahově hodnotit jako dobrou, vykazuje celou řadu formálních nedostatků - viz výše. Formální pochybení dle mého brání uznání způsobilosti práce prezentovat ji v této podobě jako veřejnou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Vysvětlete smysl obrázku č. 1 (jeho design ve vztahu k obsahu pojmu).

S. 10 - vysvětlete použitý příklad struktury sortimentu, tj. termín varianta, co představuje v ukázce sortimentní skupinu, sortimentní podskupinu, druh, komerční druh.

Vysvětlete "Z pohledu zákazníka je cena snadno srovnatelná...." na s. 12., obdobně "Je důležité, aby cena byla posuzována z různých perspektiv" tamtéž.

Z jakého důvodu označuje autor nástroj propagace-promotion jako odvětví? - s. 14.

S. 16 - významné faktory čeho? Co je obsahem zmiňovaných faktorů? Schopnosti, efektivity, dostupnosti, účinnosti ...?

Co dále patří do nástroje People?

Vysvětlete pojem demokratizace sportu, obsah výrazu nízké ceny atd.

Co avizuje název části 3.5.2? Je výstižný?

Doplňte další procesy, které ovlivňují spokojenost zákazníka - 3.6.

Doložte tvrzení na s. 43 dole "...zákazníci jsou velmi pozorní a sledují vše kolem sebe..." a obhajte myšlenkový přínos takového tvrzení (formulace).

Jaký význam pro výzkum mělo šetření pohlaví respondentů? Co vyvozuje autor z dvojnásobné účasti žen oproti mužům - s. 55?

Vysvětlete výraz univerzální produkty - viz s. 64, obchodní jednotka jako výrazně pozitivní subjekt - s. 65.

Registrujete zmiňovaný možný odliv zákazníků ke konkurenci? - viz s. 64

Určete hlavní problém resp. nástroj mixu 7 P s největším prostorem pro změny, úpravy, opatření.