

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Jana Slámová
Studijní obor/zaměření: MOČ
Téma bakalářské práce: Nákupní chování zákazníků na českém venkově
Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Čechurová
Podnik – firma: FEK ZČU

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

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

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

nevyhově

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce se zabývá nákupním chováním zákazníků na českém venkově. V teoretické části je vymezeno nákupní chování, maloobchod a maloobchodní marketing. Teoretická část je poměrně dobře zpracovaná, místy je však text nekonzistentní a věty/odstavce na sebe moc nenavazují. Jednotlivé kapitoly nejsou číslovány, což znesnadňuje orientaci v textu. Autorka se dopouští přehnaného používání zdroje 2, text místy hraničí s výpisky. V textu se objevují nepřesné formulace např. vznik vlastních značek str. 16. V textu jsou překlepy a celý text působí, jako by si ho po sobě autorka nepřčetla - osamocené titulky obrázků či nadpisy, nejasné věty. Neveškeré teoretické podklady jsou využity v praktické části např. většina P marketingu maloobchodu; kategorie "vietnamská prodejna" není zmíněna v teoretické části. V rámci dotazníku bylo získáno 32 respondentů, výsledky jsou prezentovány nevhodně ve formě %. V části věnované vyhodnocení dotazníku jsou prezentovány duplicitní informace - objevují se někdy zbytečné grafy s komentářem, který není přidanou hodnotou ani nemá charakter hlubší analýzy, ale je pouhým popisem grafu včetně doslovného uvedení výsledků. Grafy tedy v této části nemají praktický význam, místy působí jako umělé natahování textu např. graf č. 1, 13 nebo 14 zobrazující odpověď typu ANO/NE, v textu chybí

vyvození jakýchkoli závěrů či myšlenek. Grafy jsou v některých případech nepřehledné a není jasné velikost celkového počtu respondentů (tu si členář musí dohledávat a domýšlet) např. graf 5 nebo 6 - bylo by vhodné uvést absolutní hodnoty místo procent a podrobněji popsat, jinak se absolutně mění vypovídací schopnost výsledků (např. do Coopu hrádek chodí 1 respondent jako do hlavního nákupního místa - v textu je učiněn závěr, že respondenti chodí do tohoto obchodu kvůli jeho blízkosti).

Hlavním nedostatkem práce je její rozsah - převedením na normostrany má text délku 31 stran, což přibližně odpovídá třem čtvrtinám minimálního rozsahu práce. Z tohoto důvodu hodnotím práci stupněm "nevyhověl".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³


Jaký má vliv internet na zásilkový obchod?

Z obr. 3 vyplývá, že diskontní prodejna je charakterizovaná nízkou cenou a nízkou kvalitou. Produkty Lidlů však několikrát vyhrály v anketách zaměřujících se na kvalitu potravin typu D-Test - jak je to možné?

Z tab. 2 plyne, že pouze v Bille a Penny Marketu probíhají soutěže, je tomu skutečně tak a ostatní řetězce soutěže nevyužívají?

Přepracujte grafy (např. 5, 6) a prezentujte výsledky dle počtu respondentů v jednotlivých sloupcích, komentujte, zda je možné z výsledků učinit závěry, pokud ano, jaké?

V Plzni, dne 23. 5. 2013


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).