

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Jana Slámová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Nákupní chování zákazníků na českém venkově

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 (řešeršní 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzen - není plagiát
Posouzen - podezřelá shoda
Posouzen - je plagiát

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

U práce zůstává cílem vykreslit nákupní podmínky a chování zákazníků venkovské lokality s využitím pozorování i dotazování (vlastního dotazníkového šetření). Struktura práce je vyhovující, slabinou zůstává popisný charakter praktické části, kdy snaha o hlubší analýzu je znehodnocena horší orientací v textu, nemluvě o názvech grafů. Z textu práce je zřejmé, že autorka namísto opravy kritizovaných pasáží (obsahově, jazykově) a vypořádání se s připomínkami zvolila odstranění těchto pasáží a nahrazení jinými. Nelze to hodnotit jako přínos práci ani jako korektní způsob vypořádání se s připomínkami. Úspěšné završení předpokládá řádnou obhajobu - uspokojivou odpověď na níže

položené otázky. Samotná práce bez řádného vysvětlení je nevyhovující. Práce v průběhu zpracování nebyla s vedoucím práce průběžně konzultována.

Výhrady lze mít např. k tab.6 - proč tato forma? Co je myšleno na s. 33 "...provedena obchodní vybavenost..."? Jak souvisí se zaměřením práce tab. 7? V části 2.4.2.1 jde spíše o identifikaci respondenta a jeho domácnosti. Parametry z tab. 8 nebyly využity v analýze - křížových dotazech. A kde tyto charakteristiky vůbec v analýze využity? Proč nebyly podrobeny hlubší analýze výsledky otázky 13? Kde byl stanoven zmiňovaný předpoklad, že o možnosti placení kartou většina respondentů neví (s.48)? A další, viz níže.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Vysvětlete rozdíl mezi pojmy "spotřebitelská hodnota", "hodnota pro spotřebitele", "hodnota pro zákazníka" a "hodnota zákazníka" - v návaznosti na text 1.1.3 s. 10.

S.12 - co je myšleno avizovanou druhou kapitolou?

S.12 - co je myšleno posledním členěním? Proč poslední?

Zdůvodněte členění kap. 1.2 do 5 úrovní.

Zdůvodněte zařazení diskontních prodejů (4) ve schématu na s. 18. Jak byste měřila šíři a hloubku sortimentu a zpřesnila osy X a Y?

Vysvětlete podrobně k problematice vlastních značek obchodu (private labels) na s. 19 uvedenou větu: "Tato značka vzniká tak, že obchodníci nakoupí od výrobců určité zboží za nižší ceny a pak operativně vyhledávají a mění výrobce".

Vysvětlete, jak vzniká cena v maloobchodě.

Proč řadíte pod COOP konzum firmy COOP Centrum družstvo a COOP Morava, ZKD Plzeň a ZKD Sušice. Co představuje značka COOP Konzum?

Obr. 13 s. 39 - co představuje výraz "velmi převážně"?

Proč Klatovy o obsaženy otázce "jinde" ? - s ohledem na výsledek na obr. 13.

Otázka č. 16 není o zmiňovaném "vnímání marketingu maloobchodu".

"Pouze" 12 respondentů vlastní značky nenakupuje. Je to tedy dle autorky málo, když je pravidelně nakupuje 9 respondentů? Jak je "popírán" výsledek z první části otázky?- s. 49

S.51 - kde jsou další doporučení ze s. 47.

Jaká je zkušenost ostatní spotřebních/konzumních družstev s navrhovanou nedělní otevírací dobou? A se zavedením zvukových spotů v této kategorii prodejů? - s. 53.

Co si představíte pod pojmem "zavedení merchandising"? - s. 53

V Plzni, dne 29.8.2013



Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ 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).