

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. Práce obsahuje poměrně velké množství gramatických chyb, odstavce jsou často pouze na dva řádky, což působí jako umělé natahování textu stejně jako zbytečně vypisované otázky dotazníku v odrážkách na str. 36, 38. Autorka nepřesně cituje zejména u obrázků a tabulek, místy chybí zdroje (např. definice ekonomicky neaktivních lidí na str. 37), zbytečně čísluje odstavce až do páté úrovně. Místy na sebe věty nenavazují, text působí, jako že si jej po sobě autorka nepřečetla. Na některé obrázky (např. 3) chybí v textu odkaz a jeho popis. V textu se autorka odkazuje na číslo obrázku či tabulky, které nesouhlasí s obrázkem pod textem např. str. 24 odkaz na tabulku 3, má být 4 nebo str. 47. Text pod nadpisem COOP konzum na str. 28 neodpovídá nadpisu. V kapitole 2.2 autorka vypisuje prodejny s jejich základní charakteristikou v jednotlivých městech a obci, bohužel v nich chybí specifika dané prodejny např. u prodejny Tesco v Sušici chybí informace, zda je konkrétní prodejna malý či velký hypermarket nebo supermarket, musím si domýšlet. V textu se vyskytují některé informace duplicitně např. elektronický obchod s potravinami. Nerozumím proč na str. 39 autorka řadí Klatovy do kategorie "jiné", když tam jezdí více než třetina respondentů. Na obrázku 16 chybí legenda k zelené barvě,

z obr. 17 dle barvy legendy plyne, že 18 respondentů dostává letáky z Tesca v elektronické podobě. Autorka v závěru práce uvádí, že výsledky jsou shodné s výzkumem společnosti Incoma, ten však v práci prezentován není. Práci hodnotím spíše stupněm nevyhověl, při zodpovězení následujících otázek při obhajobě je možné práci klasifikovat stupněm dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Vysvětlíte myšlenku o webových stránkách - str. 16 - "Snaží se zákazník co nejvíce upoutat, ale zároveň je nepřinutit k nákupnímu rozhodnutí."

Definujte vlastní značky.

Kolik je konkrétně absolutně uváděných 75% respondentů na str. 41? Z jakého celkového vzorku?

Proveďte kalkulaci nákladů spojených s prvním a druhým návrhem na zlepšení.

Jaké konkrétní POS a POP materiály byste zvolila? (návrh na zlepšení 3)

V Plzni, dne 4.9.2013


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).