



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

**Jméno studenta:** Kamila Balínková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Image společnosti CrossCafe original s.r.o.  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Petr Janeček  
**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
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Předložená práce se zabývala výzkumem image společnosti CrossCafe original s.r.o. Autorka správně vysvětlila základní teoretické pojmy. Část popisující specifický koncept franchisového řetězce bych doplnil o teoretický základ franchisingu. Teoretická část velice dobře popisuje problematiku image a logicky vysvětluje rozdíl mezi image a identitou firmy i s jejími základními složkami. Na straně 22 jsou špatně uvedeny citační odkazy, resp. buď je chybně uveden odkaz nebo nějaký odkaz i s citací v soupisu chybí. "V literatuře od Světlíka, Štefka, Egera a Egerové se autoři zmiňují o čtyřech různých metodách měření image.....[27]." Seznam citací internetových a ostatních zdrojů není seřazen podle abecedy, proto se v něm hůře orientuje. Některé z citací nemají správnou formu. Velice kladně hodnotím způsob popisu metodiky výzkumu a použití výzkumné metody vůbec. Autorka volila několik technik výzkumu, které společně dobře popsaly image firmy. Autorka se dopustila drobných gramatických a stylistických chyb (str. 13, 18, 22, 24, 28). Tvrzení, které autorka stanovila byly jen 3 místo zmiňovaných 4. Nicméně tento počet byl s ohledem na typ práce dostačující. Nepochopil jsem zcela tvrzení na str. 29, kde se píše, že provozovny, jsou soustředěny spíše do kamenných obchodů, než do obchodních center kvůli atmosféře i když se dále píše, že provozovny jsou situovány záměrně



do míst s velkým pohybem osob (obchodní centra v Plzni, knihovny Plzeň, Hradec Králové apod.). Při zkoumání rozdílů mezi jednotlivými provozovnami bych se zaměřil spíše na umístění v jiných městech, než zkoumat provozovny z jednoho města. U grafických zobrazení výsledků bych preferoval seznámení s otázkami nebo legendu, aby nemusel čtenář neustále listovat v příloženém dotazníku na konci práce. Při sestavování dotazníku bych se vyhnul rozdělení adjektiv na pozitivní a negativní stranu, aby to respondenty nesvádělo k monotónním odpovědím. I přes tyto drobné nedostatky autorka mohla a navrhla velice zajímavá opatření na zlepšení. Výsledky práce a navržená opatření jsou smysluplné a využitelné v praxi. V práci jsem nenalezl zásadní chyby, proto ji hodnotím stupněm velmi dobře a doporučuji

### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

Jakým směrem by se podle Vás a na základě rozhovorů s majitelem měla firma dále rozšiřovat? Jaká města a jaká místa?

Zajišťuje firma i služby na objednávku v místech mimo své provozovny (cateringové služby)? Vysvětlete případně, co nabízí, nebo proč tomu tak není.

V Plzni, dne 5. 5. 2015

Podpis hodnotitele

---

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> 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](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).