

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Bc. Lenka Kováříková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Vliv CSR na image hotelu Ibis
Hodnotitel – oponent: Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

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

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce představuje rozsáhlý a bohatý materiál zaměřený na problematiku společenské odpovědnosti. Přesahuje výrazně deklarované zásady ze zadání DP. Při zpracování práce použila autorka nadprůměrný počet odborné literatury a zdrojů vůbec, což pozitivně přispělo k celkovému výsledku a závěrům práce. S těmito zdroji velmi uvážlivě pracovala, citovala, diskutovala, vyjadřovala vlastní stanovisko. Pečlivě připravený je rovněž dotazník použitý v rámci dotazníkového šetření. Celkový dojem z práce kazí však mnohdy gramatické chyby. Odborně si dovoluji ovšem polemizovat nad smyslem některých v práci uplatněných výkladů CSR (např. Kunz (2012) a Prskavcová (2008)). Z práce je místy patrné, že možná dochází k zaměňování pojmu CSR s prostou snahou firem uspokojovat potřeby a přání zákazníkem s cílem maximalizovat zisk či jiné ekonomicky uchopitelné cíle (např. str. 17 - zapojení zákazníků do rozhodování a zpětná vazba, kvalitní produkty a služby, firemní image, řešení spokojenosti a stížností a další). Stejný problém se objevuje i v navržených opatřeních v závěrečné části práce, kdy např. vzbuzení emocí hostů již před začátkem pobytu (kap. 7.1.6) bych nechápala primárně jako naplňování podstaty CSR nýbrž např. součástí tzv. 5-Sense-Brandningu. V rámci obhajoby práce prosím o vyjádření se k této připomínce.



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. V návaznosti na kap. 1.7.2 Kritika CSR se zamyslete, zda existuje i případ firem, u kterých jejich CSR aktivity mohou být apriori negativně vnímány u zákazníků společnosti i široké veřejnosti, čímž dochází spíše k poškozování image těchto společností?

V Plzni, dne 11.1.2016

Hammerai'
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).