

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Jana Bařtipánová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketing nákupního centra

Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík
Podnik – firma: Katedra marketingu, obchodu a služeb 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 (rešeršní část) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| F) Formální zpracování práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| O) Celkový dojem z práce | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Studentka si jako téma své práce zvolila Marketing nákupního centra. Cíl je v úvodu práce definován, práce má logickou strukturu a kapitoly na sebe plynule navazují. V teoretické části práce se nevyskytují téměř žádné gramatické chyby ani překlepy. Celá první kapitola prakticky vychází pouze ze dvou zdrojů (od str. 12 do str. 27), tím pádem v práci existují pasáže, kde je několik odstavců za sebou i celá stránka citována z jednoho zdroje. Ve stejném duchu je psána převážná část teoretické složky práce - kapitoly 2.2.1 - 2.4.7, tj. od strany 31 až do strany 50, vycházejí prakticky pouze ze čtyř zdrojů (zdroje 3, 6, 15, 54). Studentka navazujícího studia by již měla umět pracovat s literaturou, tato práce však svědčí o opaku. V celé práci se nevyskytuje jediný odkaz na zahraniční literaturu (výjimkou je jeden odkaz na obrázek). Podkapitola "Prostor a význam nákupních center" na konci 1. kapitoly je chybně očíslována, stejně tak podkapitola Mikroprostředí na str. 34. V práci jsou tři podkapitoly se stejným označením 4.1. a "chybí" podkapitola 5.2. Autorka si v práci protiřečí - na str. 28 nejprve tvrdí, že "Dřívějším hlavním cílem podniků byla primárně tvorba zisku...". Na str. 34 poté tvrdí, že "Bez zákazníků společnost nemůže dostat svého primárního cíle podnikání, tedy dosažení zisku", z čehož lze vyvodit, že dosažení zisku je i nadále hlavním cílem podniků. Text kolem obrázků, tabulek

a nadpisů je chybně formátován - mezera před odstavcem by měla být 6 b - vznikají tak velké mezery mezi obrázky, tabulkami a nadpisy a textem. V praktické části práce se začínají objevovat první překlepy a gramatické chyby, které převážně tkví v chybné či chybějící interpunkci. Na prvních 10 stránkách je představeno OC Futurum HK, včetně jeho historie, služeb, lokalizace a řízení. Analýza makro a mezoprostředí centra je kvalitně zpracována, analýza mikroprostředí nikoli. Výsledně sestavená SWOT matice je bohužel nevyvážená a jednotlivé faktory jsou pomíchané. V matici uvádí autorka mezi silnými stránkami "věrnost zákazníků", avšak v analýze ani v předchozím textu o ní není ani zmínky, jak tedy autorka ví, že má centrum věrné zákazníky? Mezi slabými stránkami jsou faktory, které byly zmíněny v analýze mezoprostředí. Tyto faktory, jako např. sezónnost nebo cílová skupina, mohou být příležitostí nebo hrozbou, ale určitě ne slabou stránkou. Jako další slabou stránku uvádí autorka "nižší účast při marketingových akcích", avšak v textu čtenář nabývá dojmu, že akce pořádané OC Futurum jsou hojně navštěvované a oblíbené, viz kapitola 7.6. Nerozumím, proč autorka uvádí "změnu managementu centra" jako slabou stránku, když na str. 74 píše "Futurum je v současné době řízeno kvalifikovaným managementem společností Active Retail Asset Management, s.r.o." Tato změna managementu by se dala označit jako riziko marketingového plánu. Autorka na str. 72 píše, že "Obchodní centrum samo o sobě svým zákazníkům nic nenabízí", avšak hned v tom samém odstavci píše, že "nejdůležitějším prvkem každého nákupního centra je vhodná kombinace nabízeného sortimentu a služeb", z čehož vyplývá, že produktem OC Futurum, jako i jiných OC, je komplexní nabídka služeb prodejců, tj. obchodu, stravování, služeb a velmi často i kulturních a společensko-zábavních zařízení. Zbytek práce tvoří popis rozšířeného marketingového mixu a marketingové komunikace, ke kterým nemám žádné připomínky. Z uvedených komentářů vyplývá, že předkládaná práce nespĺňuje požadavky kladené na diplomovou práci a proto ji hodnotím jako "nevyhovující".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jakým způsobem ovlivňují sociálně - kulturní faktory zmíněné autorkou OC Futurum HK?
Existují odhady, jak velký pokles zákazníků a tržeb OC Futurum HK může očekávat v následujícím roce po otevření obchodního centra Aupark?
Autorka uvádí jako jednu z možných hrozeb rostoucí nezaměstnanost. Existují nějaké tendence, které toto tvrzení podporují?
Přepracujte matici SWOT.

V Plzni, dne 29.4.2016

Podpis hodnotitele



Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručně zdůvodnění navrhaného 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).