



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

**Jméno studenta:** Viková Kristýna  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Spotřební chování vybraného segmentu zákazníků

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Lenka Králová, Ph.D.

**Podnik – firma:**

KTO FEL 204

**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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

dobře

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

Jako cíl své bakalářské práce si studentka stanovila zjistit a charakterizovat chování zákazníků kupujících dětské pleny, jejich preference a působení marketingových nástrojů na tyto zákazníky. Domnívám se, že tento cíl byl naplněn jen částečně, neboť provedený výzkum shledávám pro danou problematiku nedostatečným, nikoliv však jen z relativně nízkého počtu respondentů. Doporučila bych nejprve provést důkladný sekundární průzkum a na základě jeho výsledků si stanovit cíle výzkumu primárního, otázky vhodné do dotazníku atd. Dále postrádám hledání příčin daného chování, např. i doporučení na str. 49, odst. 2 bych naopak očekávala jako součást této bakalářské práce. Doporučení by pak mohla být konkrétní, zaměřená na specifické segmenty zákazníků.

Kromě poměrně častých gramatických chyb jako závažnější spatřuji obsahové a odborné nedostatky. Na str. 27 je zmiňována velikost trhu pro nákup dětských plen, ten je však možné na základě znalosti natality a průměrné délky nošení plen u dětí kvantifikovat mnohem přesněji. Pojem "specifická značka" není správný (str. 28). Marketingový výzkum by měl předcházet stanovení nástrojů marketingového mixu. Praktická část nenavazuje na část teoretickou. Z výše uvedených důvodů hodnotím tuto bakalářskou práci stupněm "dobře".





## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Administrativní rok 2016/2017

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

1. Na str. 10 uvádíte, že kultura je určujícím faktorem pro chování jedince. Pokuste se tedy identifikovat interkulturální rozdíly rodičů malých dětí při nákupu a spotřebě dětských plen.
2. Vysvětlete, proč v práci uvádíte, že by pleny měli respondenti výzkumu nakupovat v Německu, když je vzorek složený z obyvatel téměř celé České republiky? Pokuste se zdůvodnit preference spotřebitelů při výběru jednotlivých distribučních kanálů.
3. Vysvětlete, proč předpokládáte věk většiny dotazovaných mezi 21 a 25 lety (str. 32), což se rozchází s výsledky vašeho průzkumu. Konkretizujte velikost a složení segmentu zákazníků nakupujících pleny (viz i připomínka výše).

V Plzni, dne 25.5.2017

  
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).