

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Vojtěch Brabec
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Využití mystery shoppingu v podnikové praxi
Hodnotitel – vedoucí práce: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předložená práce je pěknou ukázkou rozpracování tématu studentem bakalářského oboru a účelné aplikování metody vhodné pro hodnocení servisu pro zákazníky do podnikové praxe.

Student pracoval odpovědně, konzultoval a navíc při realizaci využíval vlastní praktické zkušenosti ze sledované oblasti.

Teoretická část začíná vstupem do marketingového výzkumu, potom je velmi vhodně rozpracovaná technika mystery shoppingu s odkazem i na zahraniční odborné zdroje. U kodexu najdeme odkaz i na ESOMAR a SIMAR.

Následuje popis profilů sledovaných firem a potom i popis firem, které se zabývají marketingovým výzkumem.

Praktická část začíná od s. 28. V kapitole 2.2 nás autor trochu mate pojmem hypotéza, ale potom správněji pro tento typ průzkumu používá výzkumné otázky. Významnou pozornost správně věnuje



FAKULTA EKONOMICKÁ
ZÁPADOČESKÉ
UNIVERZITY
V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ
Katedra marketingu, obchodu a služeb

scénáři. Potom již následuje prezentace výstupů, kde je nejdříve kvalitativní informace z návštěv a potom od s. 40 jsou hlavní položky uvedené i s jednoduchou grafikou. Zajímavou částí je hodnocení emocí, které některé agentury v závěru mystery shoppingu používají.

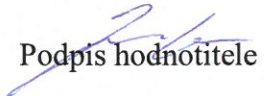
Návrhy jsou přehledně zpracované na s. 45-48. Průzkum je dokumentován v přílohách práce.

Úroveň práce snižuje určitá nedotaženost v oblasti jejího formálního zpracování a práce s některými zdroji. Vhodnější by bylo přesněji pracovat s některými pojmy.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jak vnímáte rozdíl mezi závěrečným dotazem na celkovou spokojenost a na emoce?

V Plzni, dne 30. 4. 2018


Podpis hodnotitele