

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 – oponent: Michal Mičík
Podnik – firma: KMO 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Název práce v angličtině nekoresponduje s českým názvem, slovo praxis v angličtině neexistuje, jedná se o německé slovo. Formální aspekty práce nebyly naplněny - autor kombinuje různé druhy písma, špatný formát citací v textu - kam se poděly čárky oddělující autora a rok? Autor v práci píše v 1. os. mn. č., což není vhodná forma pro psaní tohoto typu práce, neboť navozuje autorství více osob. Vyskytuje se psaní i v 1. os. j. č., což opět sráží celkový dojem z práce. Cíle práce jsou jasně definovány. Autor v práci uvádí různá tvrzení, např. že marketingový výzkum provádí většina podnikatelů a společností, což ale nepodkládá žádnými odbornými zdroji. Autor až přehnaně pracuje s publikací Kotler, 2009, celkový použitý rozsah literatury nepokládám za dostatečný. Student se opakovaně odkazuje na zdroj Eger, 2016, který však v seznamu literatury není. Student bohužel nepracuje s veškerou základní literaturou, kterou má uvedenou v zadání práce. Pokud literární dílo napíše dva autoři, tak je nepřípustné, aby byl uváděn a citován pouze jeden z nich. Některé kapitoly (např. 1.2.1., 1.2.2 a 1.2.4) jsou zcela bez zdrojů.

Student v práci používá termíny jako zákaznická spokojenost, loajalita, kvalita, zážitek, avšak je nedefinuje. Citace webových stránek jsou ve špatném formátu, popisky obrázků taktéž. Většina práce je psána velmi subjektivně, což je v přímém rozporu s tím, jak má být tato VŠKP psána. Kapitoly 1.3 a 1.4 patří svým charakterem do praktické části. Student dle svých slov v BP provádí výzkum, jedná se však

pouze o průzkum. V "praktické" části práce student zbytečně popisuje jednotlivé prodejny, ve kterých průzkum prováděl, přičemž již bohatě stačil popis MO jednotek v předchozí kapitole (1.3). Vybrané vzorky malých a větších prodejen jsou značně nevyrovnané. Autor v úvodu slibuje sestavení hypotéz a ověřování vlivu sezónnosti na úroveň uživ. zkušenosti a zda se projevuje spíše v menších nebo větších prodejnách. Reálně však v kapitole nazvané "Předpoklady a hypotézy výzkumu" formuluje pouze několik výzkumných otázek. V metodice průzkumu mi také chybí bližší popis respondentů (nebo se jednalo o autora práce?) a také množství vyplněných archů (bylo jich 10+10?). Grafické zobrazení se používá k lepší interpretaci výsledků, autor však svou grafickou prezentací dosáhl pravého opaku. Student v úvodu práce a v úvodu k praktické části píše, že chce ověřit, jestli má sezónnost prodeje vliv na úroveň uživatelské zkušenosti, případně zdali se tento vliv projevuje spíše v menších či větších prodejnách. Domnívám se, že student toto tvrzení neověřil, neboť v závěru píše o vlivu sezónnosti na úroveň zákaznického servisu. To, zda je tento vliv silnější v malých nebo větších prodejnách, mi v práci chybí. Na základě tohoto faktu hodnotím cíle práce jako ne zcela splněné. Celkově hodnotím práci jako "dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

V úvodu autor tvrdí, že výstupy mystery shoppingu mohou sloužit mnoha účelům, kromě využití v mikroprostředí například v makroprostředí podniku. Rád bych, aby student toto tvrzení blíže vysvětlil. Definujte termíny zákaznická spokojenost, zákaznická loajalita, zákaznická kvalita, zákaznický zážitek. Proč nebyl vybrán stejný počet malých a velkých prodejen?

V Plzni, dne 16. 5. 2018

Podpis hodnotitele

