

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

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

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Barbora Eretová  
**Podnik – firma:** Konplan s.r.o.

**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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**výborně**

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

Hlavním cílem předložené bakalářské práce bylo zjistit a zanalyzovat nejdůležitější faktory, které ovlivňují chování spotřebitelů na trhu značkového oblečení. Prostřednictvím marketingového výzkumu formou dotazníku a následnou detailní analýzou výsledků šetření se autorce podařilo tento cíl naplnit. Práce je logicky strukturovaná a poměr teoretické a praktické části je vyvážený. V teoretické části kladně hodnotím práci se zdroji a interdisciplinární propojení sociologického, psychologického i ekonomického pohledu na danou problematiku. V praktické části oceňuji zvolený metodický postup, jehož výsledky jsou vhodně doplněny přehlednými tabulkami a grafy. Z hlediska stylistiky a formálních náležitostí je práce na vysoké úrovni. Předloženou bakalářskou práci celkově hodnotím stupněm "výborně" a doporučuji ji k obhajobě před zkušební komisí.

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

V praktické části zmiňujete, že nejdůležitější skupinou ovlivňující nákupní chování dotazovaných jsou influenceři. Influencer marketing rovněž doporučujete jako nástroj pro zvyšování loajality zákazníků. Čím si vysvětlujete současný nárůst vlivu influencerů a jak konkrétně by mohli přispět ke zvýšení loajality?

Z vašeho výzkumu vyplývá, že 2/3 žen preferují nákupy v kamenných obchodech a pouze 1/3 žen raději nakupuje přes internet. Jak odhadujete budoucí vývoj spotřebního chování v tomto směru, pokud vezmeme v potaz například vstup internetových obchodů typu About You a Zalando na český trh?

V Plzni, dne 05.05.2019

..

Podpis hodnotitele