

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Lucie Volková
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Mystery shopping ve vybrané firmě

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní 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 a 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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

Cíl práce je strukturovaně vymezen v úvodu práce a ta je zaměřena na porovnávání prodejního servisu u tří vybraných subjektů v oblasti spotřební elektroniky v kontextu ČR. Vstupní teoretická část se věnuje marketingovému výzkumu a autorka se správně zaměřila na metody pozorování a dotazování, které se potom aplikují v technice mystery shopping. Kapitola druhá od s. 17 se již přímo věnuje mystery shoppingu a autorka práce ji poměrně vyčerpávajícím způsobem popisuje, využívá relevantní zdroje. Téma uzavírá vhodným pojednáním o spokojenosti zákazníka, odkazuje na klasický model ECSI. Na s. 26 začíná praktická část práce. Jsou představeny tři posuzované společnosti (v kontextu realizace průzkumu). Následuje stanovení cíle, popis scénáře a od s. 33 realizace vlastní akce. Přehled hodnocení je kromě popisu v tabulkách. Zde je evidentní, že realizace vlastního průzkumu je z hlediska rozsahu spíše

na úrovni předvýzkumu. Ze dvou kontrolních nákupů u takto velkých firem a jejich dílčích poboček není možné realizovat závěry pro tyto velké firmy. Nicméně, je možné komentovat výstupy z vlastního štrnutí, což je poměrně dobře provedeno. Porovnání je od s. 47, ale platí pro něj výše uvedené upozornění. Proto celkově hodnotím předloženou práci velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Pokud budete ve firmě pověřena průzkumem dle vašeho zadání, jak doplníte design výzkumu, aby bylo možné objektivněji vyvozovat závěry z mystery shoppingu?

V Plzni, dne 6.5.2024

Podpis hodnotitele