

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Lucie Opavová  
**Studijní obor/zaměření:** Marketingové řízení  
**Téma bakalářské práce:** Mobilní aplikace vybraného podniku

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Petrtyl, Ph.D.  
**Podnik – firma:** KMO FEK ZČU

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

**v ý b o r n ě**

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

Předkládaná práce je zaměřena na využití mobilních aplikací v odvětví módy, resp. fast fashion. Primárním objektem zájmu je pak aplikace značky Zara. Ta je porovnávána se třemi konkurenty. Práce je vhodně členěna na teoretickou a praktickou část. Autorka prokazuje výbornou schopnost jak práce se zdroji, tak s následným využíváním informací. Obsah práce je formulován srozumitelně a čtivě. Výzkum je rozdělen do dvou částí. První zahrnuje analytické hodnocení vzorku 4 mobilních aplikací, druhá pak strukturované rozhovory se zástupci cílových skupin. Výstupy jsou relevantní, užitečné a zajímavé. S ohledem na charakter výzkumu a šíři/hloubku kritérií bych jako čtenář uvítal strukturovanější podání hodnocení aspektů aplikací např. formou přehlednějších výčtů/schémat/grafů. Na předkládané práci je vidět pečlivý a systematický přístup. Hodnotím ji jako výbornou.

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

1. Jak velký význam podle Vás má obrat generovaný mobilní aplikací pro společnost Zara na celkových tržbách?
2. Existují z pohledu zákaznické zkušenosti nějaké zásadní rozdíly (mimo těch, které souvisí s velikostí displeje) mezi aplikací a webovým rozhraním e-shopu společnosti Zara? Pokud by v danou chvíli měl zákazník k dispozici jak smartphone, tak notebook/desktop, existuje nějaký důvod, proč sáhnout po mobilní aplikaci?

V Plzni, dne 20. 5. 2024

Podpis hodnotitele