

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Karolína Hřebejková

Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností

Téma bakalářské práce: Analýzy konkurenčního postavení vybrané firmy

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

Podnik – firma: Šestáček s.r.o. FEK ZČU v Plzni

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

Navrhoji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cíl předložené práce je stanoven na konci úvodu na s. 7. Nejdříve je zpracovaná teoretická část práce k problematice konkurence a hodnocení marketingové situační analýzy. Ta je realizována na odpovídající úrovni pro bakalářskou práci. Studentka by mohla jen objasnit, jak chápe pojmy "komunikační politika", "marketingová komunikace", "propagace". U popisu Porterovy analýzy pěti sil vychází z publikace Kotlera a Kellera (2007). Metoda mystery shoppingu je popsána velmi stručně, a to i potom v aplikační části, kde měl být podrobnější popis vlastního průzkumu.

Základní popis společnosti je vhodně zpracován, ale bez uvedení jakýchkoliv finančních ukazatelů. Autorka vhodně popsala a porovnala konkurenty a jejich služby. Nicméně na s. 26 například subjektivně podceňuje konkurenci: "Dle mého názoru je vstup nové firmy na tento trh zbytečný, pokud nová společnost nepřijde s novou technologií..." a v závěrečné části i mírně bagatelizuje spokojenost zákazníků.

Vlastní mystery shopping je realizován v kapitole č. 9. Zřejmě byla každá provozovna navštívena 2x. Následuje rozpacování SWOT analýzy bez použití kvadrantů pro rychlý přehled.

Závěry a doporučení jsou v kapitole č. 11. Zde je otázkou, zda kvalitní službu při přechodu zákazníka bude dělat brigádník za 70.-Kč / hod. Co další náklady?

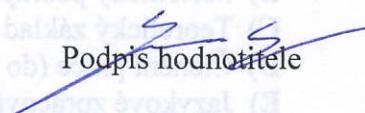
Celkově je práce přehledná a psaná se znalostí problematiky. Doplňují ji vhodné přílohy. V textu je několik drobností z hlediska gramatiky. Použité zdroje jsou relevantní.

Otzázy a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Objasňete v posudku uvedené marketingové pojmy.

Skutečně si myslíte, že je vhodné důležité jednání a důležitou službu spojenou s přechodem - získáním nového zákazníka nechat na brigádníkovi a nízkým platem?

V Plzni, dne 10. 5. 2015

 Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.
² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.
³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdaje spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).