

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Bc. Kateřina Vildová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Uplatnění marketingu v maloobchodě

Hodnotitel – oponent: Ing. Karolína Fajfrová
Podnik – firma: 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
A	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Hlavním cílem předložené diplomové práce je analýza základních marketingových nástrojů využívaných v hypermarketu Globus - Chotíkov v Plzni.

Studentka nejprve stručně shrnuje základní teoretické poznatky z oblasti marketingu se zaměřením na marketing maloobchodu.

Praktická část se skládá ze tří částí, kde v první části je čtenář seznámen s vybraným hypermarketem. V rámci této kapitoly se však na s. 29 objevuje odstavec, který je velice stručnou informací k realizovanému dotazníkovému šetření. Ten by bylo vhodné zařadit až do kapitoly následující. Ta je v podstatě klíčová, neboť se zabývá právě analýzou marketingových nástrojů v hypermarketu Globus. Naprosto zde ale chybí jakýkoliv úvod k dotazníkovému šetření či obecně k metodice analýzy marketingových nástrojů. Jak je totiž patrné z dalších částí práce, studentka využila mimo metodu osobního dotazování také studia sekundárních zdrojů či osobního rozhovoru (viz. s. 42). Tato velice podstatná informace je uvedena až v Závěru práce, což považuji za jeden z jejích největších nedostatků. Vzhledem k důležitosti této kapitoly pak shledávám jako velice vhodné jakési shrnutí celé analýzy (ta je jistým způsobem shrnuta až v Závěru práce). Poslední kapitola praktické části si klade za cíl navrhnout opatření pro zlepšení stávající situace v hypermarketu Globus, je však až příliš stručná (bylo by vhodné uvést např. shrnující rozpočet či časový harmonogram).

Kladně hodnotím realizaci osobního dotazování v hypermarketu Globus, avšak u sestaveného dotazníku je prostor pro zlepšení (např. možnosti "Jak často nakupujete v hypermarketu Globus Chotíkov?" jsou nelogicky možnosti 4-5krát týdně a 1-2krát týdně).

I přes zmíněné nedostatky kladně hodnotím realizovanou analýzu a práci tak navrhuji ohodnotit stupněm "velmi dobře".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Prosím, shrňte stručně poznatky z osobního dotazování v obchodním centru Globus Chotíkov. V čem spatřujete největší bariéry tohoto osobního dotazování?

Máte již informaci o tom, zda budou Vámi získané poznatky využity pro další činnost hypermarketu Globus?

V Plzni, dne 20. 5. 2018

Podpis hodnotitele

