

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Aneta Kolovrátníková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Faktory ovlivňující nákupní chování zákazníků multikina Cinema City

Hodnotitel – oponent: Ing. Katarína Hálková
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 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 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cíl práce definovaný v úvodu byl splněn. Studentka vhodným způsobem popisuje teoretický úvod do problematiky spotřebního chování, marketingových podnětů a popisuje samotnou společnost Cinema City. Tento popis a vlastní zkušenost studentky jí následně pomohl při zpracování výzkumných tvrzení. Za pomoci marketingového výzkumu a využití metody dotazníkového šetření získala studentka informace o tom, jaké faktory ovlivňují nákupní chování zákazníků v Cinema City v Plzni a jaký vliv má tato společnost na jejich nákupní chování. Velkým přínosem pro marketingový výzkum bylo stanovení pěti tvrzení, která chtěla studentka svým výzkumem potvrdit/vyvrátit.

Slabou stránkou výzkumu je jeho občasná nepřehlednost. Studentka na základě předchozích teoretických zjištění analyzuje výsledky výzkumu nejprve z pohledu věkové kategorie 21 - 30 let a následně z pohledu ostatních věkových kategorií a to způsobuje občasnou nepřehlednost. Celkově je však výzkumná část a analýza výsledků výzkumu dobře zpracovaná. Součástí vyhodnocení je potvrzení/vyvrácení stanovených tvrzení, ze kterých následně vychází praktické návrhy pro společnost. Dojem z práce kazí dvakrát uvedený ten samý text na s. 31. Tento problém se opakuje i na s. 32.

Práci se zahraniční literaturou nelze hodnotit, autorka dle seznamu literatury použila pouze česky psané zdroje.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Na s. 32 je uvedena možnost reklamy v tisku, avšak je zde pouze jeden příklad. Do jakých dalších tištěných zdrojů bývá umístěna inzerce/reklama?

V Plzni, dne *16.05.2018*

Podpis hodnotitele *Val' Lora'*