

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta:	Jitka PALIVCOVÁ
Studijní obor/zaměření:	Management obchodních činností
Téma bakalářské práce:	Merchandising vybrané maloobchodní jednotky
Hodnotitel – oponent:	Doc. Ing. Petr Cimler, CSc.
Podnik – firma:	ZČU

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Formulace cíle nepřesná - cílem práce by neměla být analýza (navíc v práci nedostatečná), ta by měla být metodou. Obsah práce názvem avizovaný cíl nenaplnuje, nutno však uvést, že by to asi překračovalo možnosti autorky i rámec práce. Ale ani cíl v úvodu formulovaný není zcela naplněn - analýza, opatření, dopad....

Práce obsahuje rozsáhlé pasáže teoretické, bez jakékoli vazby na praktickou část, tedy často naprosto zbytečné. Vzhledem k názvu práce (lez jej považovat za základní orientaci zaměření práce) shledávám naprosto zbytečným pojednání o členění maloobchodu, další texty nejsou v praktické části využívány - např. vymezení zón, typologie zákazníků (navíc, je jen jediná v práci uvedená?), typy nákupů, apod. Pokud jsou využívány, nejsou s praxí provázány - v praktické části nebývá na ně odkaz.

Za zásadní považuji formulaci tří předpokladů na s. 39, na které se autorka omezuje. Už jen spektrum sledovaných pouhých tří problémů! Navíc, z čeho autorka odvozuje kvantitativní vyjádření - (zkráceně) 25 % projede celou prodejnu, pětina si vybaví žvýkačky, 20 % směrovky.

Práce rozsahem, obsahem a hloubkou analýzy jednoznačně potvrzuje (a může být ponaučením pro autorku), že někdy "méně by mohlo znamenat více"!

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Vymezte vztah mezi maloobchodním mixem a nákupním prostředím.

Za jak zásadní pro svoji bakalářskou práci považujete zjištění Underhilla (2012), že muži věnují více pozornosti pivu než ženy?

Doložte, že pro mužský způsob nakupování jsou a vždy byly nejpriznivější supermarkety. Aplikujte Underhillova (2012) zjištění (s. 34 a 35) na vybranou prodejnu.

Co považujete za "spoustu psychologických faktorů" ovlivňující ženy při nakupování? (s. 35)

Jakou roli v merchandisingu hraje správce franšizy (řetězce), jako roli zástupci dodavatelských firem?

K definici Merchandisingu (s.23) - vysvětlete cíl m., aby se "...správné výrobky ocitly na správném místě, ve správný čas a se správnou cenou".

Trváte na tvrzení, že se merchandising zabývá velikostí prodejní plochy?

Potvrdily výsledky Vašeho šetření Vaše tvrzení (s.24), že "Maloobchodní podnikatelé totiž dobře vědí, že způsob, jakým je jejich zboží vysvětleno, dokáže ovlivnit a zvýšit jeho prodej"?

Jak se projevuje centrální a periferní vidění u mužů a žen při nákupu a jak by měl reagovat merchandising?

Vysvětlete organizaci řetězců COOP, včetně dopadu do merchandisingu ve vybrané prodejně.

Patří vnější design do merchandisingu? (s. 45)

Doložte, že zákazník "sáhne" po mléku a Granku zároveň. (s. 49)

Proč neumístíte do výše očí zboží, které se hůře prodává? (s.49)

Jaké POP materiály by napomohly řešení z obr. 9?

Jaké závěry vyvozujete ze zjištěných poznatků na s. 54-55 ?

Jaké závěry vyvozujete z výsledků šetření - otázka 1, 3, 4, 5, 8, 9 ?

K obr. 11 - je-li číslo 1 vyjádřením dobré orientace a číslo 5 orientace špatné, co vyjadřují hodnoty 2,3,4?

V Plzni, dne 20. 5. 2019

Podpis hodnotitele