

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Jančík Karel
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Uplatnění marketingových nástrojů v maloobchodě

Hodnotitel – vedoucí práce: Doc. Ing. P. Cimler, CSc.

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 (řešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Cílem práce je dle autora "analyzovat a následně zhodnotit míru uplatnění konkrétních marketingových nástrojů, které jsou využívány maloobchodními řetězci, aby ovlivnily a uspokojily své zákazníky" a lze jej obsahem práce považovat za jen částečně naplněný. Autor se zaměřil na dva provozovatele hypermarketů a jejich jednotky v lokalitě. Na více jak 20 stranách prezentuje teoretické poznatky, které využívá v praktické části - dotazníkovém šetření. Otázky jsou směřovány na vybrané nástroje a jejich vnímání zákazníkem, další text pak dokládá, že tyto nástroje mají ale větší bohatost a strukturu. Výsledky dotazníkového šetření jsou však jen popisovány (konstatovány výsledné hodnoty), chybí hlubší analýza souvislostí (proto i jen částečné splnění cíle). Tak např. u fyzického prostředí je otázka zaměřena jen na přehlednost uspořádání, přestože autor textem potvrzuje další aspekty. Obdobně u dalších nástrojů resp. u srovnání obou prodejen. To výrazně snižuje hodnotu práce a její úroveň. Výhrady mám i k formální úpravě - názvy tabulek v části 7.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Do kterého nástroje řadíte klubové karty?

V čem se liší postoje zákazníků mužů a žen?

Co je v nástrojích 7P propracovanější u Tesca co u Kauflandu?

V Plzni, dne 25.5.2020

Podpis hodnotitele