



## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Bc. Milan Kocáb  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Komparace využívání in-store marketingu v Česku a Finsku

**Hodnotitel – vedoucí práce:** doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.

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 (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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

"Cílem diplomové práce je na základě výzkumu identifikovat rozdíly ve vnímání in-store marketingu v Česku a ve Finsku a identifikovat rozdíly v použití POP prostředků ve vybraných obchodních centrech v Česku a ve Finsku."

Autor si pro svou diplomovou práci zvolil téma, které není dle mého průzkumu, zatím v české odborné literatuře uceleně zpracováno. Cenné je zejména vypracování teoretické části práce, pro níž autor použil velkého množství literárních zdrojů a uplatňuje diskusi s autory. Tato část práce je zpracována přehledně a v logické návaznosti, a tvoří odpovídající východisko pro vypracování analytické a návrhové části práce. Rovněž analytická část práce je kvalitně zpracována. V ní autor podrobně popisuje a zdůvodňuje

metodikou použitou pro zpracování práce, představuje samotný výzkum. Pro výzkum zabývající se vnímáním in-store marketingu obyvatel Česka a Finska zvolil metodu dotazníkového šetření. Před rozsevem finální verze dotazníku relizoval předvýzkum. Dotazník byl vytvořen v online softwaru Google Forms a obsahoval celkem 15 otázek. Celkem se výzkumu zúčastnilo 443 respondentů v Česku a ve Finsku. Výsledky tohoto výzkumu jsou přehledně zpracovány formou grafů a komentářů. Další metodou, která byla v této části práce použita byla metoda pozorování, které autor realizoval v rámci svého pobytu ve Finsku a také v Česku, konkrétně ve dvou OC v Plzni. Tento dílčí výzkum byl součástí projektu SGS-2019-004 „Využití nástrojů marketingového mixu v podnicích služeb“, kterého byl autor práce účasten. Výsledky osobního pozorování autora realizovaném ve čtyřech OC jsou v práci podrobně popsány a popis je vhodně doplněn obrázky komunikačních prostředků používaných v OC. Za poměrně slabší stránku této práce považuji návrhovou část. Jsou v ní sice obsaženy zásadní návrhy, ale vzhledem k rozsahu teoretické i analytické části práce, měla být dle mého názoru mnohem obsažnější. V práci se vyskytuje několik gramatických chyb. Také odkazy na další podkapitoly nejsou správně uvedeny, v práci se autor odkazuje na kapitoly, ale správně se jedná o podkapitoly. Celkově práci hodnotím pozitivně.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

1. V teoretické části práce jsou uvedeny různé pohledy autorů na zařazení in-store marketingu do různých částí marketingového komunikačního mixu. Do které složky/složek marketingového komunikačního mixu byste in-store marketing zařadil Vy?
2. V čem spatřujete přínos Vaší diplomové práce pro Vás osobně a co pro praxi?
3. Byly již výsledky Vaší práce představeny manažerům analyzovaných OC v Plzni? Jaká byla jejich reakce? V případě, že ještě nebyly s manažery OC diskutovány, kdy budou?

V Plzni, dne 27.08.2021

Podpis hodnotitele