



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Tereza Simsonová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Spokojenost zákazníků ve vybrané firmě

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Michael Satýnek  
**Podnik – firma:** Auto Nejdls s.r.o.

**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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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:<sup>1</sup>

**dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Bakalářská práce se zabývá spokojeností zákazníků ve firmě Auto Nejdls s.r.o. Teoretická část práce je zpracována v rámci jedné rozsáhlé kapitoly „Teoretická východiska spokojenosti zákazníků“. V teoretické části autorka často nesprávně používá odkazy na zdroje, například „Podle (Kozel, 2006, s.46) je nutnost sledování zákazníků...“ nebo „Jiný pohled na věc, co pro nás znamená zákazník má (Foster, Timothy, 2002, s.1), který se ve své knize zmiňuje...“. Dále se zde autorka věnuje mimo jiné také technikám marketingového výzkumu, jejichž většinu ale v práci dále nepoužívá. Teoretická část práce obsahuje několik delších pasáží vycházejících pouze z jednoho zdroje.

Praktická část má v úvodu nelogické uspořádání. Autorka se věnuje nejprve problematice sběru dat, tvorbě otázek a stanovení hypotéz, následně představuje firmu a její konkurenci, a poté se věnuje analýze dat. Při vyhodnocování dotazníkového šetření autorka v celé části nesprávně odkazuje na uvedené obrázky, kdy například na s. 37 odkazuje v textu na výše uvedený graf 4, přitom se jedná o obrázek č. 8 s titulkem „Graf hodnocení komunikace“, což je jednou z dalších nepřesností. V závěru praktické části jsou uvedeny návrhy, které jsou ale ve velmi obecné rovině.

**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

1. V části "Návrhy opatření" uvádíte "Poslední návrh se týká reklamy, kterou by autorka volila více elektronickou formou, aby tak bylo osloveno i více mladších zákazníků.". Co konkrétního tímto tvrzením myslíte?
2. Hovořila jste o uvedených návrzích s někým z vedení firmy? Budou některé z návrhů realizovány?

V Plzni, dne 31. 5. 2021

Podpis hodnotitele