

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Bc. Žaneta Zajíčková
Studijní program: Podniková ekonomika a management
Téma diplomové práce: In-store marketing ve vybrané prodejně

Hodnotitel – oponent: Ing. Edita Hirschauová

Podnik/organizace oponenta:

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a 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 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 diplomovou práci klasifikačním stupněm:

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená diplomová práce se zabývá in-store marketingem a komunikací v hypermarketu Tesco, který se nachází v Příbrami. Cíl práce je definován v úvodu a zní: "Cílem této práce je zjistit jaký postoj zaujímají zákazníci k uplatňované in-store komunikaci v této pobočce". Stanovený cíl byl splněn.

Autorka se v teoretické části např. věnuje in-store komunikaci, principům účinné implementace POP komunikace, nákupnímu prostředí a atmosféře. Zejména v prvních kapitolách teoretické části si lze povšimnout chybně uvedených odkazů na zdroje dle APA7 (např.: str. 7, 8, 14, 18 atd.). Dále autorka v textu uvádí na str. 16 "Mnoho autorů také upozorňuje na rozdílnost nákupního chování u žen a mužů" nicméně toto tvrzení není podloženo adekvátním množstvím odkazů na patřičné zdroje. K odkazu (Volfová & Jaderná, 2021) v práci není uvedena citace.

Oceňuji, že autorka použila různé výzkumné metody (pozorování, polostrukturované rozhovory a online dotazníkové šetření). V práci je vhodně formulováno 6 výzkumných předpokladů, ke kterým autorka průběžně v práci zaujímá svá stanoviska (na základě získaných dat). Práce je vhodně strukturovaná. Práce s odborným jazykem je adekvátní. Studentka v diplomové práci své teoretické poznatky aplikuje na konkrétní problematiku (empirickou část) (např. podkapitoly 2.1.1, 5.1 a 2.1.2 a 5.2).

V kapitole č. 6 autorka na praktických příkladech poukazuje na uplatňování nástrojů in-store komunikace v souvislosti s principy účinné implementace POP komunikace (viz podkapitola 1.2). I v tomto případě dochází k propojování teoretické části s empirickou (dotazníkové šetření). Kapitola obsahuje vhodné tabulky a obrázky, které prakticky demonstrují jednotlivé druhy POP prostředků. Zásady pro vypracování práce byly dodrženy. Vzhledem k výše uvedenému hodnotím práci stupněm "výborně".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1) Na str. 8 uvádíte: "Přikrylová (2019) nahlíží na podporu prodeje jako na nejdůležitější krátkodobý nástroj v rámci integrované marketingové komunikace". Vysvětlete, jak se v praxi projevuje integrovaná marketingová komunikace. Používá podle vás integrovanou marketingovou komunikaci vámi vybraný hypermarket Tesco?

2) V podkapitole 3.1 Výzkumné metody jste neuvedla, kolik respondentů (zákazníků, zaměstnanců prodejny) jste oslovila v rámci polostrukturovaných rozhovorů.

V Plzni, dne 11.5.2023

Podpis hodnotitele