

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Adéla Martínková
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Uplatnění nástrojů marketingu maloobchodu ve vybrané prodejně

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Cíl práce není v Úvodu stanoven, nelze jeho splnění tedy hodnotit - závažné metodické pochybení. Cíl je formulován až v Závěru. Nejsou ani uvedeny metody dodatečně avizované analýzy.

Na podporu některých výroků si autorka často přibírá jen jeden zdroj. Některé formulace postrádají odborný nádech. Bez povšimnutí a reakce nechává autorka řadu převzatých "duchaplných" výroků typu "... cena by neměla být nikdy příliš vysoká, ale ani příliš nízká..."

Kriticky je nutno pohlížet na formulaci výzkumného problému, cíle i otázek a pochybení v této oblasti. V praktické části jsou popsány jednotlivé nástroje 7P, jejich aplikace, ne vždy je zařazeno zkoumání postoje zákazníka (např. materiálové prostředí). Lze si představit i větší hloubku analýzy.

Práce má přehlednou a logickou strukturu využívající struktury 7P, přiměřený rozsah i obsah teoretické části.

Cením si zejména přístupu autorky ke zpracování, snahu o vlastní pohled na problematiku, průběžnou práci.

Práci hodnotím jako dobrou (s ohledem na uvedené připomínky).

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Objasněte obsah převzatého tvrzení na s. 12 "...v momentě převzetí za ně veškerou odpovědnost přebírá maloobchodní řetěze". V čem spočívá ona zmiňovaná odpovědnost? Jde o vhodný výraz?

Objasněte převzaté tvrzení, že ekonomické značky jsou "stále velmi kvalitní", a že standardní značky mají "rovněž nižší kvalitu" - s. 12. Zřejmě chybně reprodukováno.

Lákají zákazníka vždy a za všech okolností nízké ceny? - viz kategorické tvrzení na s. 13 dole.

Patří slevy pod nástroj price nebo promotion? Kdy? - s. 13, s. 41.

Platí i v současnosti všechna specifika? - s. 21.

Mmohou ovlivnit head-offline procesy spokojenost zákazníka při nákupu?

Na jaké zdražování produktů musí Tesco dle Vás reagovat?

Co je pravděpodobně hlavním cílem (magnetem) ve spektru prodejen NC Rokycanská? (Viz s. 41 - "...zákazníci mohou navštívit několik obchodů a v případě potřeby si mohou zajít do prodejny Tesco a nemusí nikam přejíždět" - není tomu spíše naopak?)

Vyskočte slovo parkoviště (v množném čísle). - s. 44

Proč neposuzujete v rámci nástroje place dostupnost HM Tesco v OC Rokycanská, nýbrž způsob dopravy do HM?

Proč neřešíte spokojenost s otevírací dobou v rámci nástroje place?

Trváte na svém hodnocení situace kolem využití Clubcard na pokladně?

Jaký je Váš názor na možnou diskriminaci zákazníků bez Clubcard?

Považujete skutečně problém vyprodanosti za součást merchandisingu? Lze jej zařadit i pod jiný nástroj 7P? Jaký?

Vymezte vztah mezi merchandisingem a podporou prodeje a nákupní atmosférou.

V Plzni, dne 27. 5. 2024

Podpis hodnotitele