



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Vendula Chottová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Vlaková osobní přeprava na trase Praha-Ostrava z pohledu marketingu  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.  
**Podnik – firma:** ZČU - FEK - KMO

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

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

Předložená práce se zabývá zajímavým a aktuálním tématem vlakové přepravy na trase Praha-Ostrava. Autorka volí vhodnou metodiku, teoretický úvod je v pořádku. Oceňuji praktickou realizaci metody mystery shoppingu, nicméně v práci nacházím některé nedostatky (především není zřejmé, jak přesně vznikala metodika hodnocení, a dále autorka nedokázala přehledně prezentovat zjištěné výsledky - místo grafů bych v kap. 6 a 7 občas ocenil souhrnné tabulky, které by mimo jiné ukázali i rozdíly v dílčích kritériích, v textu je to zmíněno, ale čtenář si to složitě dokáže propojit).

Definici zákaznických segmentů (kap. 3.1.1) nepovažuji za dostatečně propracovanou, ani bych ji neřadil do této části práce.

Klíčová kap. 5 obsahuje pouze podrobnější rozebrání nástroje marketingové komunikace, přičemž i ostatní složky marketingového mixu jsou důležité, souhrnně je aplikace nástrojů marketingové mixu rozebrána pouze v tab. 7.



Autorka provedla mystery shopping - popsaný v kap. 6, zde mi však pro přehlednost chybí podrobnější přehled hodnotících kritérií (tab. 8 obsahuje pouze základní kategorie). Není zřejmé, proč byla zvolena daná kritéria a ne jiná. Ne zcela dobré je hodnocení kategorie "Mobilní aplikace" - str. 44. Výstupy nejsou zpracovány přehledně (viz komentář výše).

Autorka ke zpracování práce přistoupila svědomitě a objektivně, hlavní slabinou práce je prezentace zjištěných výsledků a komplexnější představení použité metody. Práci proto navrhuji hodnotit klasifikačním stupněm velmi dobře.


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

Posunula se nějak analyzovaná situace na trase Praha-Ostrava od doby odevzdání práce?

Co považuje za největší konkurenční výhodu (výhody) ČD na této trase? Využívá jich společnost ve své marketingové komunikaci?

Na jakém základě byly rozděleny body určené pro hodnocení služeb metodou mystery shoppingu (tab. 8)?

V Plzni, dne 30. května 2013

  
Podpis hodnotitele

---

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).