

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Renata POPELOVÁ
Název práce	Chování návštěvníků nákupního centra
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Vojtko Viktor, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing. Hana Volfová, Ph.D.

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

Poznámka:Vzhledem k neustálému rozvoji v oblasti nákupních center, je zvolené téma aktuální a vhodné k teoretickému i praktickému zpracování.

2. Logická struktura práce 1.0

Poznámka:Práce je strukturována velmi dobře, jasně odráží řešení konkrétního zvoleného problému.

3. Naplnění cíle práce 1.5

Poznámka:Cíl práce byl nastaven jasně a v průběhu naplněn. Hypotézy byly stanoveny na základě teoretických předpokladů, průkazně statisticky ověřeny, a díky tomu přispívají k pochopení širších souvislostí v řešené problematice.

4. Metodický postup 2.0

Poznámka:Veškeré metody, použité v práci, jsou zvládnuty na velice dobré úrovni, v literárním přehledu by však měly být alespoň základně rozpracovány a vysvětleny.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.5

Poznámka:Přínos práce spočívá především ve výsledcích provedeného marketingového výzkumu, získaná data a především provedená segmentace může být velice přínosná pro management vybraného nákupního centra.

6. Práce s literaturou 1.5

Poznámka:V literárním přehledu byly využity hodnotné zdroje, některé informace by bylo vhodné dohledat v aktuálnějších vydání. I tak je rešerše velmi dobře zpracovaná, zahrnuje všechny důležité pojmy. Formální náležitosti jsou v pořádku.

7. Formální stránka 1.5

Poznámka:V textu se objevují menší gramatické a stylistické chyby, i přesto je z jazykového hlediska práce zpracována velmi dobře.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

V této práci je nutné ocenit především provedený marketingový výzkum, na jehož základě bylo

získáno mnoho hodnotných informací o návštěvnících. Pokročilé využití statistiky a vhodný postup při sestavování segmentace zajistil průkaznost výsledků a možnost jejich aplikace přímo v managementu nákupního centra. V návrhové části autorka zmiňuje, že daná doporučení nejsou rozpracována, neboť primárním cílem byla segmentace návštěvníků. Pak bych ovšem doporučila upravit cíl práce, neboť hlavním cílem je právě stanovení doporučení pro management. Z tohoto důvodu návrhová část postrádá ekonomickou stránku a je souborem nestejnorodých doporučení, která však nejsou ani nelogická, ani nerealizovatelná, jen této kapitole schází detail a jasná struktura. I přesto je práce vypracována na velmi dobré úrovni a je možné ji doporučit k obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Je podle Vašeho názoru management nákupních center takovéto velikosti schopen efektivně využít informace zjištěné ve Vašem a jemu podobných výzkumech?

Jedním z návrhů pro lepší orientaci v nákupním centru je umístění informačního kiosku. Z výzkumu vyplývá, že zhruba 50 % návštěvníků spadá do věkové kategorie, která ještě není s novými technologiemi příliš ztotožněna. Jaké alternativní řešení by bylo vhodné navrhnout pro tyto návštěvníky?

Datum: 09.05.2018

Podpis oponenta