

# Posudek oponenta bakalářské práce

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	David VONDRYSKA
<b>Název práce</b>	Marketingová komunikace u vybrané maloobchodní jednotky
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Bakalářský
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Pícha Kamil, doc. Ing. Ph.D.
<b>Oponent</b>	Ing Šedivý Jindřich

## Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

**Poznámka:**Téma je aktuální.

2. Logická struktura práce 1.0

**Poznámka:**Logická struktura práce byla dodržena.

3. Naplnění cíle práce 1.0

**Poznámka:**Cíl práce byl splněn.

4. Metodický postup 1.0

**Poznámka:**Metodický postup je v pořádku.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.0

**Poznámka:**V pořádku.

6. Praktický přínos práce 1.0

**Poznámka:**Práce je přínosná pro maloobchodní jednotku Kaufland v Táboře (v souladu se záměrem práce).

7. Práce s literaturou 1.0

**Poznámka:**Práce s literaturou - v pořádku.

8. Formální stránka 3.0

**Poznámka:**Práce obsahuje značné množství formálních chyb, které snižují hodnotu práce, blíže v části Přípomínky, přínosy. V seznamu obrázků jsou odkazy na obr. 6, 8 a 9 nefunkční. Za poslední číslicí v názvu (nadpisu) kapitoly se nepíše tečka.

## Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

### Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Str. 7 první odstavec - je uvedeno "...dosahovaly,...", má být uvedeno "dosahovala" (firma) a za tímto slovem nemá být čárka. V 5. řádce zdola na téže straně má být "pomoci". Str. 8, třetí řádek: má být "distribuci" (nikoli "distribuce"). Na téže straně (8) na konci části 2.2.3 má být "dosažení". Na str. 9 ve třetím řádce na konci má být "cílené" (nikoli "cíleně"). Na str. 10 má být ve 3. řádce uvedeno "moci" (nikoli "moc").

S ohledem na množství podobných chyb bude tento posudek nadále zaměřen jen na ty závažnější,

neboť jejich celkový výčet by byl nad rámec posudku. Na str. 10 na konci části 2.3.1 má být uvedeno "a proto", přičemž před tímto výrazem má být čárka. Str. 12, 3. ř. zdola má být "Pojmem". Str. 13, druhý odstavec má být výraz "využívané", nikoli vyžívané". V první větě pod nadpisem 2.4.1 má být "považovat", nikoli "požadovat". Na str. 16 je uvedeno, že zákazník, který si zakoupí fotoaparát Nikon, k němu získá mimo jiné obal zdarma. Ve spojení s fotoaparáty užíváme výraz "pouzdro", nikoli obal. Str. 16 uprostřed - úprava (formátování textu). Na str. 18 v poslední větě části 2.4.4 má být "podílí" (nikoli "podíly"). Str. 19 a 20 - úprava (pátá položka seznamu je osamocena). Str. 29, poslední odstavec: výrazy "skrz" a "skrže" nepatří do BP. Str. 31, 3. ř. zdola - výraz "jsem se pustil" se do BP nehodí. Str. 37 nahoře (ke Grafu 6): je uvedeno, že 29 respondentů odpovědělo, že se o slevových akcích dozvídá jinak, než je v nabídce, což není pravda, 29 respondentů dle grafu odpovědělo, že se tak dozvědělo po Internetu. Str. 43 - otázka 13 zde působí jako vytržená z kontextu; pod Grafem 16 - úprava (číslo a znak % na odlišných řádcích; Graf 17 - vodorovná osa má mít popis osy "známka", svislá osa pak popis "počet", předložka "Za" u číselné škály známek by se pak stala nadbytečnou. Na str. 48 je mimo jiné uvedeno "Do podvědomí zákazníků...". Má být uvedeno "povědomí". Na str. 49 (Summary) je v 7. řádku slovo "costumer", má být "customer".

### **Otázky nebo témata pro diskusi před komisí**

Na str. 19 ve čtvrté odrážce je uvedena zkratka MO, která není v práci vysvětlena. Vysvětlete. Str. 24 nahoře je uvedeno "U zboží, které se nachází ve slevách se na skladě vytvářejí větší zásoby než obvykle.". Jak byste definoval takovou větší zásobu? Kolikrát je větší než obvykle? Jaké množství zboží si máme představit pod pojmem "obvyklá zásoba"?

Na téže straně (24) ve 4. ř. zdola píšete, že v Kauflandu lze platit stravenkami. Uveďte, zda všemi, nebo ne. Pokud ne, uveďte, které stravenky lze v Kauflandu využít?

Str. 25, k Obrázku 7: Jaké zboží se nachází v prostoru prázdného obdélníku? Co si máme představit pod pojmem "běžné potraviny"? Kde jsou např. cukrovinky? Je v Kauflandu v Táboře pultový prodej sýrů? Pokud ano, kde by se na obrázku nacházel?

Str. 28 - vysvětlete zkratku CSR.

Str. 29 - z jakého důvodu jsou obrázky v pořadí Obrázek 10 a následuje Obrázek 9?

Str. 36, Graf 6: Otázka, k níž se graf váže (ot. č. 3) má v dotazníku 8 položek, v Grafu 6 je položek pouze 6. Z jakého důvodu nejsou uvedeny zbývající 2 položky?

Datum: 07.06.2020

Podpis oponenta