



Katedra: obchodu
Student: Hana Burešová
Studijní obor: Obchodní podnikání
Název bakalářské práce: Segmentace trhu
Oponent bakalářské práce: Ing. Vladimír Kořenský

Hodnocení práce:

**hodnocení 1 = nejlepší, 5 = nejhorší
pokud je hodnocení 3 – 5, nutno odůvodnit
písemným komentářem**

	1	2	3	4	5
Volba tématu práce a její význam	☐	☒	☐	☐	☐
Formulace cílů práce	☒	☐	☐	☐	☐
Metodika zpracování	☐	☒	☐	☐	☐
Práce s daty a informacemi	☒	☐	☐	☐	☐
Celkový postup řešení	☐	☐	☒	☐	☐
Teoretické zázemí autora	☒	☐	☐	☐	☐
Práce s odbornou literaturou (citace, norma)	☒	☐	☐	☐	☐
Úroveň jazykového zpracování	☒	☐	☐	☐	☐



Přesnost formulací a práce s odborným jazykem

☒ ☐ ☐ ☐ ☐

Formální zpracování – celkový dojem

☐ ☒ ☐ ☐ ☐

Splnění cílů práce

☐ ☒ ☐ ☐ ☐

Rozsah a význam závěrů práce a jejich formulace

☐ ☐ ☒ ☐ ☐

Odborný přínos práce a její praktické využití

☐ ☒ ☐ ☐ ☐

Celkové hodnocení práce známkou 1 - 4

1 2 3 4
☐ ☒ ☐ ☐

Otázky k obhajobě

1.

Jaké lze vyvodit závěry ze skutečnosti, že přes oceněnou úroveň prodejce a plnou spokojenost respondentů šetření s personálem i kvalitou poskytovaných služeb (100%) se jen nevelká část zákazníků (27%) k prodejci vrací při dalším nákupu?

2.

Jakou roli v marketingové strategii prodejce ve vymezeném segmentu hraje schopnost rychlého uspokojení poptávky a čím je v tomto směru prodejce hlavně omezen?

Další připomínky, vyjádření a náměty k obhajobě práce resp. k jejímu dalšímu využití:

Rozsah dotazníkového šetření omezen na příliš úzký vzorek respondentů a to ještě jenom těch, kteří již do prodejny vstoupili. To může vést k určitému zkreslení interpretace výsledků šetření. Závěry práce spočívají hlavně v konstatování zjištěných skutečností a poměrně málo se zabývají jejich rozбором a návrhem další marketingové strategie prodejce.

Datum:

11.05.2006

Podpis oponenta bakalářské práce: