



Posudek oponenta bakalářské práce

Autor (jméno, příjmení): Tereza Šťastná

Název bakalářské práce: Stimuly k nákupu ve vybrané prodejně

Studijní obor: Obchodní podnikání

Fakulta/katedra: Ekonomická fakulta, Katedra obchodu a cestovního ruchu

Oponent bakalářské práce: Martina Chalupová, Ing.

Obor profesního působení: lektorka marketingu

Hodnocení práce

1. **Význam a náročnost tématu:** 75 %
2. **Logická struktura práce:** 75 %
3. **Naplnění cíle práce:** 100 %
4. **Metodologický postup:** 75 %
5. **Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu:** 75 %
6. **Praktický přínos práce:** 100 %
7. **Práce s literaturou:** 50 %
8. **Formální stránka:** 25 %

Závěr

Výsledek: 75 bodů

Návrh hodnocení práce známkou: velmi dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce:

Bakalářská práce splnila předem stanovené cíle, autorka dokázala formulovat své vlastní závěry a prakticky využitelná doporučení. Odborná literatura je reprezentativní, i když převažují zdroje staršího data. Použitá metoda výzkumu koresponduje s výběrem cílové skupiny, zpracování a vyhodnocení výsledků je přehledné, s jasnou strukturou. Pozitivně také hodnotím dotazník, kterým byla autorka schopna zjistit data potřebná k dosažení stanoveného cíle. V jeho vyhodnocení mi ale chybí odpověď na otázku 19., kterou chtěla autorka zjistit, zda mají zákazníci nápad na vylepšení prodejny (otevřená otázka). Dále se autorka při vyhodnocování výzkumu jednou staví do role zákazníka a používá formulace: „v mnoha obchodech jsme dnes zvyklí“ (s. 33), jindy zase vystupuje jako zaměstnankyně firmy: „naše značka nabízí věrnostní program...“ (s. 29). Vyčetla bych především nedostatečnou úpravu práce, také zcela neakceptovatelný výskyt hrubek (např. „vyplívá“, s. 32, s. 35). Hlavním pozitivem práce je její praktická využitelnost, zejména díky konkrétně formulovaným návrhům na změny a také jejich ekonomickým vyhodnocením.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí:

Jaké jiné metody marketingového výzkumu by jste mohla použít pro dosažení cíle své bakalářské

práce? Jaké výhody a nevýhody (z pohledu objednatele výzkumu) si spojujete s utajovaným nakupováním/mystery shoppingem?

Datum: 11. 05. 2012

Podpis oponenta bakalářské práce: