



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Martina VÁGNEROVÁ

Oponent BP:

Ing. Růžena Vorlová

Ak. rok:

2011/2012

Téma BP: **Analýza spokojenosti zákazníku společnosti SPUR a.s.
jako součást komunikačního mixu**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	6
2	Splnění cílů práce	4
3	Teoretická část práce	6
4	Praktická část práce (analytická část)	6
5	Praktická část práce (řešící část)	2
6	Formální úroveň práce	6
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		28

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

liž v samotném zadání práce je uveden bod prostudování literatury, týkající se marketingového mixu, kdy se jedná zřejmě o přehlédnutou chybu, pro téma práce nicméně podstatnou.

Teoretická část práce je obsahem jednotlivých kapitol poměrně kusá a roztříštěná – postrádám věcnost a zacílení na danou problematiku (např. kap. 5.1., 5.2.). Studentka u veškerých zdrojů uvádí strany a nerozlišuje tak mezi parafrázemi a přímými citacemi – žádný z textů není uveden jako přímá citace. Nicméně oceňuji výběr literatury, který je zaměřen na nejnovější zdroje.

Praktická část - připomínky:

- počet respondentů se jeví jako nedostačující (55 z 215 možných), kdy výsledky jsou vyhodnocením pouhých 30 dotazníků, což dle mého nezaručuje žádoucí vypovídající schopnost výzkumu,
- dotazník – není cílený pouze na spokojenost, ale také (jak studentka sama uvádí) na informovanost zákazníků, otázky v něm jsou pouze uzavřené,
- velmi pozitivně hodnotím analýzu a doporučení u každé z otázek, nicméně téma by zasluhovalo závěrečné shrnutí – tzn. řešení spokojenosti zákazníků jako celku – není tak splněn poslední bod zadání, což považuji za hrubý nedostatek
- vyhodnocení otázek je bohužel jednotlivé, bez vzájemných vazeb, a zabírá plných 22 z celkových 34 stran praktické části
- za účelovou, obsahově i strukturou nevydařenou a zmatečnou považuji kapitolu 9 – Nástroje na podporu prodeje (viz. otázka č. 3 níže), nevidím zde souvislost s realizovaným výzkumem.

Pokud jde o stylistickou a gramatickou úroveň práce – některé části práce jsou bezobsažné (např. úvod – první 2 odstavce), jazyk v některých kapitolách neodpovídá vědecké práci (např. úvod: „ono se to snadno řekne“ ... atd.), práce obsahuje i gramatické chyby a překlepy.

Práci považuji za podprůměrnou, nicméně za uspokojující a proto doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Proč bylo osloveno jen 55 z celkových 215 aktivních zákazníků firmy v daném sortimentu (viz. str. 28)?
2. V práci postrádám vazbu výzkumu na komunikační mix – prosím uveďte.
3. Vysvětlíte prosím pojmy a vazby mezi nimi: reklama, propagace, podpora prodeje. (souvislost s kapitolou 9)

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

X

Práce nespĺňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).

Ve Zlíně dne: 16.5.2012



podpis hodnotitele BP