

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
FAKULTA LOGISTIKY A KRIZOVÉHO ŘÍZENÍ

HODNOCENÍ OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Lucie HLIŇÁKOVÁ
Oponent bakalářské práce: prof.Ing. Josef Navrátil, DrSc.
Akademický rok: 2011/2012

Téma bakalářské práce: Návrh rozšíření prodejen podniku

Kritéria hodnocení:		Stupeň hodnocení podle ECTS					
		A	B	C	D	E	F
1	Náročnost tématu práce		X				
2	Splnění cílů práce		X				
3	Teoretická část práce		X				
4	Praktická část práce		X				
5	Formální úprava práce		X				

Hodnocení v jednotlivých kritériích označte znakem X) v příslušné úrovni.

Celkové slovní hodnocení bakalářské práce:

Bakalářská práce na téma: „Návrh rozšíření prodejen podniku“ obsahuje 66 stran textu, z toho 3 strany příloh.

Teoretická část práce má 5 kapitol, v nichž je popsáno marketingové prostředí a jeho části, pojednáno o marketingovém výzkumu, kontaktních metodách a implementaci plánu výzkumu, popsána SWOT analýza a působení konkurenčních sil a velmi stručně popsán obsah a význam poziční mapy. Konstatuji, že teoretická část je s odvoláními na literární zdroje převážně obsahově zřetelná a smysluplná. V podkapitole 2.1 nazvané „Definice problému a stanovení cílů výzkumu“ jsou krátce popsány pouze cíle výzkumu, přičemž definice problému není vůbec zmíněna. Podkapitola 2.5 uvádí sice dva hlavní nástroje výzkumu, a to dotazník a mechanické zařízení, přičemž o druhém z nich není v uvedené části vůbec pojednáno. Podkapitola 5.1 obsahuje pouze 3 řádky textu, takže nemá vypovídající hodnotu.

Praktická část bakalářské práce je členěna do čtyř kapitol. Nejprve je v práci představena firma RV FASHION, její firemní strategie a provedena SWOT analýza. Značná pozornost je věnována dotazníkovému šetření. Na str. 39 je uvedeno, že dotazování bylo provedeno také v Prostějově, avšak z prezentovaných informací nejsou výsledky zřejmé. Kladně lze hodnotit obsah kapitoly 8, ve které jsou prezentovány náklady na provoz jednotlivých prodejen firmy. Doporučení uvedená v poslední kapitole práce jsou konkrétní a jasně formulovaná. Jako námitku lze uvést, že autorka práce navrhuje, aby se společnost soustředila na propagaci své značky např. formou umístění billboardů a jako nejvhodnější reklamu vybuodovala a otevřela nové firemní prodejny. Uvedená doporučení jsou možná, avšak jistě by měla být obsáhlejší.

Bakalářská práce je zakončena stručným závěrem, ve kterém autorka práce vhodným způsobem završuje výsledky své práce.

Bakalářská práce má velmi dobrou formální úpravu, jazykové stránce věnovala zpracovatelka potřebnou pozornost.

Lucie Hlišáková naplnila téma bakalářské práce konkrétním obsahem a splnila stanovené úkoly. Práci doporučuji předložit k obhajobě.

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

1. Vysvětlíte tvrzení, že marketingoví pracovníci mají možnost zvolit jako nástroj výzkumu mechanické zařízení (viz str. 21, bod 2.5).
2. V dotazníku v otázce č. 6 (str. 46) jsou respondenti tázáni na preferenci stylu oblékání, přičemž se apriori předpokládá, že všichni dotazovaní jednoznačně chápou, co jednotlivé styly oblékání znamenají.
Objasněte Vámi uváděné styly oblékání (klasický, sportovní, volnočasový, společenský).
3. V doporučení uvádíte, že nejvhodnější reklamou pro společnost je vybudování a otevření nových firemních prodejen. Uveďte, jaké ještě jiné možnosti by měla společnost ke své reklamě využít.

Klasifikace oponenta bakalářské práce: velmi dobře - B

V Uherském Hradišti dne 21. května 2012

.....
podpis oponenta bakalářské práce

A - výborně	B – velmi dobře	C – dobře	D - uspokojivě	E - dostatečně	F - nedostatečně
-------------	-----------------	-----------	----------------	----------------	------------------

