

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Ekologický marketing v oblasti prodeje ovoce a zeleniny

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Babůrková Helena

**Oponent práce:** Dr. Mgr. Jiří Boháček

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	<b>X</b>
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	<b>X</b>
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	<b>X</b>
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Práce má jasně definovaný cíl, logickou strukturu, velmi podrobné dotazníkové šetření. Doporučení nejsou sice pro konkrétní firmu, týkají se řetězců prodeje potravin, ale i tak jsou doporučení na dostatečné míře konkrétnosti a propracování. zarovnání textu do bloku v tabulce souhrn stačí uvádět vždy jen jeden název grafu.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Bylo by možné z množství doporučení vybrat ta nejdůležitější?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

"Marketéři mohou využít zacílení na emoce spotřebitelů, kteří budou vnímat výčitky, strach, smutek a provinění. Tyto emoce je mohou přivést k zakoupení zboží s etiketou dané kampaně, jako například: neplýtvějme," Jsou negativní emoce vhodné jako motivace k prodeji- specificky u generace Z?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 21.05.2022

Podpis oponenta práce