

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Zlepšení nákupního prostředí pro klienty společnosti ABC na základě výsledků průzkumu spokojenosti

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Nedzbala Patrik

Vedoucí práce: Ing. Peter Matisko, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:

Patrik Nedzbala zpracoval velmi kvalitní bakalářskou práci, která je v mnoha směrech nadprůměrná. Teoretická část pokrývá všechna podstatná témata výzkumu, dotazování a sběru dat. Kapitola metodika podrobně vysvětluje použité postupy. Práce pracuje s neobvykle vysokým počtem vzorků a navíc je dotazování provedeno dvakrát. Praktická část obsahuje větší množství přehledně zpracovaných grafů a ze získaných dat pak odvozuje další doporučení. * Student prokázal velmi dobrou schopnost prakticky využít marketingové nástroje pro dosažení zlepšení spokojenosti zákazníků. * Za menší nedostatek lze považovat hodnocení hypotéz bez uvedené hladiny významnosti. * Práci hodnotím velmi pozitivně a doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Lze z dat od roku 2017 vypočítat změny chování klientů? Případně jejich preference? Může se na zlepšení výsledků spokojenosti podílet i externí faktory?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Popište marketingové role dealera v procesu prodeje auta. Jaká je jeho důležitost a jaké má možnosti k ovlivnění zákazníka.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Datum: 27.07.2020

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz