

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

Posudek vedoucího bakalářské práce

Název práce **Faktory ovlivňující kupní chování spotřebitele**

Student **Viktoriia Sugoniako**

Vedoucí práce **Ing. Lucie Vokáčová**

Pracoviště **Katedra řízení**

Formulace cílů práce a metodika zpracování	1	2	3	4
Práce s daty a informacemi	1	2	3	4
Celkový postup řešení	1	2	3	4
Členění práce (kapitoly, podkapitoly, odstavce)	1	2	3	4
Práce s odbornou literaturou (citace, norma)	1	2	3	4
Úroveň jazykového zpracování	1	2	3	4
Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	1	2	3	4
Formální zpracování – celkový dojem	1	2	3	4
Splnění cílů práce, závěry práce a jejich formulace	1	2	3	4
Souhrn a klíčová slova odpovídají obsahu práce	1	2	3	4
Celkové hodnocení práce známkou				3

Hodnocení: 1 = nejlepší

Datum 2. 5. 2017

.....
podpis vedoucího práce

Odůvodnění hodnocení a celkové shrnutí:

Kapitola „Cíl práce a metodika“ je určena pro jasnou a jednoznačnou specifikaci výstupu práce a způsobu jeho naplnění, tj. konkretizace použitých metod v jednotlivých fázích zpracování zadaného úkolu – v tomto ohledu má práce značné nedostatky. Většina dílčích částí teoretických východisek je převzata vždy z jednoho zdroje a nedochází tak ke komparaci, jež je pro současný stav poznání dané problematiky nezbytná. Kapitola 2.1.3 Model chování spotřebitelů je shodná s kapitolou 2.1.4 Model „černé skříňky“ (oba obrázky – viz Obrázek 1 a Obrázek 2 na str. 15 a 16 – vyjadřují jedno a totéž). Následující kapitola 2.1.5 Kupní role nemá logickou vazbu na předchozí text. Nepochopitelné je také uspořádání kapitoly 2.5 Vliv marketingového mixu na chování spotřebitele. Hrubým terminologickým pochybením je vymezení Public relations (viz str. 40) a na úrovni vlastní práce např. interpretace osobního prodeje (viz str. 51). Všechny položky uvedené v kapitole 7 Seznam použitých zdrojů, včetně elektronických, musí být průběžně citovány v textu, a to jednotným způsobem. Kapitola 4.3 Návrhy a doporučení se odvolává na srovnání s ostatními kavárenskými řetězci, které ale v práci není provedeno. Z formálních náležitostí nejsou dodrženy odkazy na obrázky a tabulky (nehledě na chybné zařazení obrázků/tabulek v jednotlivých kapitolách, obrázek na str. 43 je zcela zbytečný – jeho čitelná podoba je umístěna v přílohách); pro odborný text není vhodné podtrhávání a používání tučného písma (s výjimkou nadpisů); nečíslované podnadpisy mají stejný formát, ač představují různou hierarchickou úroveň atd.

Práce byla řešena ve spěchu a autorka neměla dostatek prostoru pro dosažení kvalitního výstupu jak po obsahové, tak po formální stránce.

I přes výše uvedené skutečnosti lze konstatovat, že se studentka dokázala zorientovat v řešené problematice, což dokládá ve vlastní práci při zhodnocení marketingových nástrojů využívaných sledovaným subjektem a také průzkumem spotřebitelského chování.

Celkově hodnotím práci klasifikačním stupněm „dobře“ a doporučuji ji k obhajobě.

Kontrola na obsahovou shodu: Práce byla systémem Theses.cz vyhodnocena jako originální.

Datum 2. 5. 2017

.....
podpis vedoucího práce