

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK Oponenta Závěrečné práce

**Název práce:** Faktory maloobchodného prostředí vplývající na volbu značky v kategoriích pomůcky do domácnosti

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Rechteríková Kristína

**Oponent práce:** Ing. Peter Matisko, Ph.D.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	<b>X</b>
	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>
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
Nedostatečně využité		

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

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

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Studentka K. Rechteríková zpracovala praktickou bakalářskou práci na dobré obsahové i formální úrovni. Zadání lze považovat za splněné. Oceňuji získání dat z prostoru prodejny. Dat není moc, nicméně studentka prokázala schopnost využít znalosti v praxi. \* Práci lze vytknout místy subjektivní vyjádřování. Studentce doporučuji úplně se vyhnout formulacím, které začínají "autorka zjistila", "autorka by doporučila", "podle samotné autorky je potřeba" a podobně. Všechna tvrzení mají být odvozena z dat nebo dostupných zdrojů a mají mít charakter obecného tvrzení. \* Kapitola 3.2. je příliš popisná. Text pod grafy a tabulkami jenom popisuje stejné informace, které jsou z obrázků patrné. Bylo by vhodnější doplnit shrnutí, komentář k datům, uvedení souvislostí nebo porovnání výsledků s jinými zdroji. \* Práce má dobrou jazykovou úroveň, překlepů a gramatických chyb je minimum. \* Práci doporučuji k obhajobě.

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

Grafy 5,6,7 uvádí rozdíl v plánovaných a neplánovaných nákupech. Jak byste strukturovala marketing pro tyto dva typy nákupů? Jakou marketingovou komunikaci doporučujete využít a jak se cílové skupiny liší?

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

Doporučila byste nějaké zásadní změny prodejen, které jste navštívila podle Vašich zjištění? Považujete stávající rozložení prodejen a samotných regálů za promyšlené a blízké optimu?

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

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

**Datum: 15.05.2021**

\_\_\_\_\_  
**Podpis oponenta práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz