

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Veronika Pospíšilová

Téma BP: Analýza prodejců a nákupní chování zákazníků pro HOPA CZ,s.r.o.

Akademický rok: 2010/2011

Oponent BP*: Ing. Hana Brišová

* Nehodící se škrtněte.

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	F _x 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						1,5
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP		X						1,5
Praktická část BP			X					2
Stylistická a gramatická úroveň BP			X					2
Formální úroveň BP					X			3
Součet								

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.

Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (F_x nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce se zabývá analýzou názorů prodejců a nákupním chováním cílových zákazníků koupelnového vybavení. Cílem práce je zjistit nákupní chování cílových zákazníků koupelnového vybavení a analyzovat názory prodejců na společnost HOPA a její konkurenci.

Teoretická část se zabývá zákazníkem, jeho kupním chováním a rozhodovacím procesem. Dále popisuje techniky dotazování a mystery shopping.

V analytické části autorka nejprve představuje společnost HOPA CZ, s.r.o. a zmiňuje se i o konkurenci. V kapitole 5 je provedena s využitím výsledků dotazníkového šetření analýza nákupního chování spotřebitelů koupelnového vybavení včetně jejího vyhodnocení. Za pochybení formálního charakteru v této části práce považuji skutečnost, že prezentace výsledků dotazníkového šetření je od str.33 po str.48 a od str.54 po 58 pouze na půl stránky. Pro závěrečnou část práce je neméně důležitá analýza prostřednictvím mystery shoppingu, kde se zjišťovaly názory prodejců na společnost HOPA. V kapitole 7 jsou prezentovány návrhy a doporučení.


Otázky:

1. Myslíte si, že doporučení, navrhnout koupelnu pro slavnou osobnost je tím nejlepším způsobem, jak se přiblížit obyčejným lidem?
2. Co si představujete pod doporučením, že firma by měla co nejefektivněji prodávat?

Návrh na výslednou známku BP: C/dobře

(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 10.5.2011



.....
podpis hodnotícího