

Hodnocení oponenta bakalářské práce

| | |
|-------------------|--|
| Autor práce | Markéta Linková |
| Název práce | Průzkum spokojenosti zákazníků CK Singletour |
| Obor/forma studia | MK/KS |
| Akademický rok | 2012/2013 |
| Autor posudku | Mgr. Eva Šikl Burešová |

| Hodnocený parametr | Váha | Hodnocení |
|--|-------------|-----------|
| 1 Naplnění tématu a rozsah práce | 40 | a |
| 2 Nastavení cílů a metod práce | 30 | a |
| 3 Úroveň teoretické části práce | 50 | b |
| 4 Úroveň analytické části práce | 50 | a |
| 5 Úroveň projektové části práce | 50 | |
| 6 Splnění cíle práce | 60 | a |
| 7 Struktura a logika textu | 40 | a |
| 8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu | 30 | a |
| 9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů | 20 | b |
| 10 Jazyková a formální úroveň práce | 20 | a |
| Návrh hodnocení dle váženého průměru | 1,13 | A |

Připomínky a hodnocení práce:

Definovaný cíl práce se autorce podařilo naplnit díky vhodně zvolené struktuře práce, která čtenáře od obsahově vyčerpávající teoretické části přivede až k části praktické, v níž autorka pracuje jak s výsledky průzkumu, tak s vlastním názorem.

Vymezení cílů je zcela v souladu s tématem i nastíněnou problematikou a formulované cíle byly naplněny bez výjimky.

Předkládaná bakalářská práce je velmi originální jak volbou samotného tématu, přístupem ke zpracování tak i zjevným nadšením autorky, které je cítit z každé kapitoly.

Studentka dokazuje schopnost pracovat s odbornou literaturou, obstarat si podklady, dělat z nich správné závěry a doporučení. Po formální stránce je bakalářská práce na dobré úrovni, přehlednost, grafická zpracování jsou bezchybná. Z uvedených důvodů doporučuji bakalářskou práci „Průzkum spokojenosti zákazníků CK Singletour“ Markéty Linkové k obhajobě a hodnotím ji známkou výborně „A“.

Otázky k obhajobě:

1. Spokojenost a loajalita zákazníka je v dnešní době jedním z klíčových cílů společností, které chtějí uspět v globalizovaném světě. Jak je zmíněno v bakalářské práci, cestovní kancelář Singletour začala posílat newslettery a věnuje se monitoringu konkurence. Jaké další marketingové taktiky mohou upevnit loajalitu zákazníků?
2. Myšlenka ekonoma Theodora Levitta, že zákazníci nekupují zboží či služby tak jako spíše kupují očekávání z nich, je bezesporu naprosto relevantní tvrzení. Velká část segmentu „singles“ je v tomto statusu nedobrovolně. Myslíte si, že „svatební produkty“ jsou pro tuto kategorii zajímavé? Proč ano/ne?

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

3. Jak jste správně na s. 27 uvedla, „spotřebitelé ve věku 50+ jsou již nyní v populaci velmi hojně zastoupeni a v dalších letech jejich počet stále poroste“. Bezesporu velká část tohoto segmentu spadá do kategorie „singles“. Dokázala byste uvést, jaké služby by pro tuto cílovou skupinu byly vhodné a jakými marketingovými taktikami jim je nabídnout?

V Praze dne 4. 5. 2013

Podpis: