

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Mystery Shopping
Jméno autora:	Saranova Gilyana (460947)
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<p>Bakalářská práce se zabývá hodnocením kvality poskytovaných služeb vybrané společnosti. Předložená bakalářská práce má jasně vymezenou tematiku. Autorka definovala následující cíl práce: "Cílem bakalářské práce je seznámení s marketingovou metodou Mystery Shopping, která je nedílnou součástí marketingového výzkumu firem a následně její praktické využití v marketingovém prostředí. Pomocí dané metody bude hodnocena především úroveň a kvalita zákaznického servisu ze strany zákazníka vybrané maloobchodní jednotky. Daná metoda v sobě zahrnuje fiktivní nákup, kde zákazník navštíví prodejnu a pomocí předem připravených otázek, požadavků a postupů zkoumá servis a chování zaměstnanců prodeje luxusního zboží."</p> <p>Autorka se v rámci bakalářské práce zaměřuje na analýzu a hodnocení současného stavu prodeje včetně servisu pro zákazníky a navrhuje kroky vedoucí ke zlepšení. Bakalářská práce má průměrný teoretický základ obohacený praktickým přesahem. Vymezení problému autorkou práce je průměrné a formulace cílů odpovídá úrovni bakalářské práce.</p>	
Splnění zadání	splněno
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Bakalářskou práci považuji za průměrnou.</p>	
Aktivita a samostatnost při zpracování práce	B - velmi dobře
<p>Autorka přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci. Autorka se v rámci závěrečné etapy psaní práce musela vypořádat se změnou vedoucí práce. Veškeré připomínky byly v rámci práce zapracovány a lze konstatovat, že práci tato poslední revize velmi prospěla. Autorka plnila harmonogram konzultací a chodila na ně připravena.</p>	
Odborná úroveň	C - dobře
<p>Teoretická část popisuje marketingový výzkum a metody Mystery Shoppingu. Praktická část je věnována popisu společnosti a využití Mystery Shoppingu v praxi. Následně je proveden sběr dat, vyhodnocení získaných údajů, jejich porovnání a v závěru jsou navrženy kroky na odstranění zjištěných nedostatků pro zlepšení vybraných poboček společnosti. Závěrečná kapitola se věnuje zhodnocení získaných informací a tvorbě doporučení. Analýza je na průměrné úrovni, autorka zná dobře prostředí zkoumané společnosti. Práce má logickou stavbu. Autorka zcela nedostatečně formulovala závěry práce a velmi bych ocenila její vlastní komentáře v závěru práce.</p>	
Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	D - uspokojivě
<p>Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na bakalářskou práci. Rozsah práce je odpovídající. Nicméně za velmi slabou stránku práce lze považovat redakce práce v kontextu s jazykovou úrovní a neprovedenou jazykovou korekturou.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací

C - dobře

Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorka využila standardní počet zdrojů. Silou stránkou práce je precizní citační korektnost v rámci teoretické části práce, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami. Autorce lze vytknout neaktuálnost literatury, neřazení literatury v seznamu literatury dle abecedy a neuvedení roku vydání na správné pozici hned za jménem autora.

Závěrečná práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a s veškerými zdroji je shoda práce pod 5%. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.

Další komentáře a hodnocení

Vedoucí práce považuje bakalářskou práci za průměrnou.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Otázka k obhajobě:

Autorka jako jedno z opatření navrhuje propagaci vybrané prodejny. Předložte u komise návrh propagační kampaně (claim kampaně, nástroje komunikačního mixu, časový harmonogram, cíle kampaně a rozpočet).

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Datum: 26.8.2018

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.