

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta:	Martin Fara
Název bakalářské práce:	Mystery shopping - metoda strategického marketingu
Rok odevzdání:	2015
Studijní obor:	Řízení a ekonomika průmyslového podniku
Jméno a příjmení vedoucího BP:	PhDr. Lenka Mynaříková, PhD.

Slovní hodnocení celkové úrovně a přínosu práce:

Autor se v bakalářské práci zabývá problematikou marketingového výzkumu, konkrétně metodou Mystery Shopping. V teoretické části představuje nejprve strategický marketing, metody analýzy vnitřního a vnějšího prostředí nebo strategie pro stanovení a vyhodnocení marketingových cílů. Na vysvětlení komunikačního mixu navazuje popis Mystery Shoppingu jako efektivního nástroje pro kontrolu a zlepšování schopností zaměstnanců. Metodu autor definuje, popisuje její fáze, možnosti hodnocení a přínosy, které nabízí.

Cílem praktické části práce je pomocí výzkumu prezentovat přínos Mystery Shoppingu pro zadavatele, který tak může zjistit nedostatky nebo přednosti zaměstnanců. Za tímto účelem je proveden Mystery Shopping v prodejnách společnosti Elektro. Autor hodnotí jednotlivé prodejny a porovnává je mezi sebou. K tomu využívá výzkumné otázky, zaměřené na míru profesionality prodejců, faktory ovlivňující znalosti a profesionalitu prodejců a také na zlepšení, která lze společnosti Elektro doporučit. Autor detailně popisuje přípravu průzkumu, scénář fiktivního nákupu a vyhodnocovací manuál, kterým Mystery Shopper posuzuje návštěvu celkem 5 poboček společnosti. Tyto materiály jsou k nahlédnutí v příloze bakalářské práce. Následuje analýza hodnotících dotazníků, jejichž výsledky jsou prezentovány v přehledových grafech i popisem a přibližují průběh výzkumu na jednotlivých prodejnách. Dále se autor vyjadřuje k výzkumným otázkám, stanoveným v úvodu praktické části, kromě odpovědí, vyplývajících z analýzy dat, uvažuje také nad dalšími faktory, vstupujícími jako proměnné do výsledků průzkumu. Navrhuje doporučení na zlepšení kvality služeb pro zadavatele, jako je školení zaměstnanců a lepší definování kritérií a procesu výběru zaměstnanců. V závěru jsou shrnuty nejdůležitější teoretické poznatky a naplnění cílů části praktické.

Autor se v celém textu vyjadřuje odborným jazykem, práce má jasnou a přehlednou strukturu a nabízí ucelený pohled na sledované téma. Autor využil nejen marketingovou literaturu dostupnou v českém jazyce, ale čerpá i z literatury zahraniční. Celkově práce dosahuje vysoké úrovně a lze ji doporučit k obhajobě.

Celkové hodnocení BP (HODNOCENÍ VYZNAČTE „X“ V PŘÍSLUŠNÉM POLÍČKU)	A	B	C	D	E	F
	výborně	velmi dobře	dobře	uspokojivě	dostatečně	nedostatečně
Přístup autora k řešení zadané problematiky (iniciativa, samostatnost, komunikace s vedoucím práce, originalita)	X					
Jazyková úroveň (pravopis, stylistika, práce s odborným jazykem)	X					
Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, dodržení normy ČSN ISO 690, teoretické zázemí autora)	X					
Úroveň formálního zpracování (členění práce, průvodní a poznámkový aparát, přílohy, grafika atd.)	X					
Adekvátnost využitých metod práce	X					
Splnění cílů práce	X					
Vyváženost teoretické a praktické části, vzájemná návaznost jednotlivých kapitol a subkapitol	X					
Odborný přínos práce	X					
Využitelnost práce v praxi	X					
Prezentace závěrů	X					
Navrhovaná výsledná klasifikace BP	X					

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

Byli zaměstnanci předem informováni o návštěvě Mystery Shoppera a/nebo dostalo se jim dodatečně zpětné vazby? Považoval by autor v tomto průzkumu podání zpětné vazby ihned při závěru návštěvy na prodejně za přínosné?

Práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz i na základě jiných zdrojů:

ANO

Doporučení práce k obhajobě:

ANO

Datum:

Podpis: