

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Marketingový průzkum kvality služeb vybrané společnosti pomocí metody Mystery Shopping</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Lucie Tomášková</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Ekonomika a management
<b>Oponent práce:</b>	PhDr. Svatava Švihlíková
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Oddělení manažerských studií

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání stanovilo za cíl práce provést marketingový výzkum vybrané společnosti pomocí metody Mystery Shopping. Následně získané údaje analyzovat, zhodnotit a navrhnout doporučení pro zlepšení. Toto zadání patří k náročnějším.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Zadání bylo splněno. Marketingový průzkum byl proveden metodou Mystery Shopping. Jeho koncepcí spočívala v porovnání vybraného produktu a kvality služeb poskytovaných 3 bankovními domy - velkou, střední a malou bankou. Zpracování i provedení výzkumu bylo důkladné, byly v nich zevrubně zhodnoceny produkty a kvalita služeb. Výzkum byl zaměřen na bankovní účty pro studenty. Použitou metodou marketingového výzkumu byl Mystery Shopping provedený dvěma studenty, kteří učinili 9 „mystery shopping“ návštěv. Vzhledem k tomu, že cílem nebylo doporučení pro konkrétní subjekt (banku), je výsledkem práce porovnání produktů a kvality služeb. Kromě doporučení určenému těmto bankám může být práce přínosná například jako doporučení pro studenty, kteří si vybírají svůj studentský účet.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Zvolený postup řešení BP lze považovat za vhodný. Teoretická část podala dobře zpracovanou rešerši odborné literatury vztahující se k tématice marketingového výzkumu a zejména k formě Mystery Shoppingu. V praktické části byl popsán cíl výzkumu „získat potřebná data a informace o kvalitě ve zvolených institucích“, dále byly detailně popsány parametry, scénář, záznamový arch a další detaily. Na základě výsledků provedených návštěv, tj. záznamových archů bylo provedeno shrnutí získaných dat a navrženo doporučení pro zlepšení poskytovaných služeb, které bylo adresováno 3 vybraným bankovním domům.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Odborná úroveň odpovídá bakalářské práci. Teoretická část je postavena na velmi dobře zpracované rešerši v oblasti výzkumu marketingu obecně a zejména v oblasti Mystery Shoppingu. Pro vlastní výzkum metodou Mystery Shopping připravila autorka scénář, záznamové archy, škály hodnocení (zde jsou však určité nejasnosti v počtu bodů) atd. Otázky záznamových archů byly důkladně propracovány a zaměřeny velmi široce, tj. na vybavení provozovny, odbornost pracovníka a zároveň na produktovou nabídku. Zhodnocení výsledků je zpracováno jako komparace výsledných hodnot. Závěrečné doporučení je adresováno jednotlivým bankám zahrnutým ve výzkumu, ovšem bez návaznosti na jejich strategie a cíle.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
---	------------------------

*Posudte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posudte typografickou a jazykovou stránku.*

Po formální a jazykové stránce má práce průměrnou úroveň, rozsah odpovídá požadavkům kladeným na bakalářskou práci. Ocenit lze zejména dobrou formulační dovednost autorky a přehledné zpracování grafů. Na druhou stranu některé formulace by si žádaly upřesnění (anakoluty), v práci se vyskytují i gramatické chyby (data byly) a drobné nedostatky jsou také ve formální úpravě odstavců.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

Autorka pracovala se základní literaturou dané problematiky a širokým okruhem elektronických zdrojů.

**B - velmi dobře**

**Další komentáře a hodnocení**

*Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.*

**III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uvedte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Cílem této práce bylo práce provést marketingový výzkum vybrané společnosti pomocí metody Mystery Shopping. Následně získané údaje analyzovat, zhodnotit a navrhnout doporučení pro zlepšení. V teoretické části autorka zpracovala přehlednou rešerši literatury dané oblasti. Ve vlastním výzkumu se soustředila na scénář a provedení Mystery Shoppingu (2 výzkumné osoby provedly 9 „Mystery Shopping“ návštěv, celkem tedy 18). Výsledkem bylo porovnání bankovních produktů pro studenty a kvalita služeb těchto bank. Závěrečné doporučení je adresováno jednotlivým bankám zahrnutým ve výzkumu.

Datum: 7.8.2020

Podpis:

