

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Michaela DVORŠČÁKOVÁ

Téma BP: Měření spokojenosti zákazníka pro firmu Leon Shoes

Akademický rok: 2009/2010

Oponent BP: ing. Šárka Vránová

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP			x					2,0
Splnění cílů BP			x					2,0
Teoretická část BP			x					2,0
Analytická část BP			x					2,0
Stylistická a gramatická úroveň BP		x						1,5
Formální úroveň BP		x						1,5
Součet								11 / 6 = 1,83

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 (Fx 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.)

Tato BP se zabývá měřením spokojenosti zákazníků firmy vyrábějící ortopedickou obuv. Práce je poměrně stručná, analytická část by měla být vzhledem k teoretické části více rozsáhlá.

Hlavním nedostatkem analytické části je, že nebylo vhodné použít stejný dotazník pro koncové zákazníky a obchodní partnery. Např. otázky 12 – 15 jsou pro konečného spotřebitele úplně nevhodné, naopak otázky 9 a 10 jsou málo vhodné pro obchodní partnery. Buď měly být vytvořeny dva různé dotazníky nebo se měl průzkum zaměřit jen na jednu z těchto skupin.

Otázky 3 a 4 v dotazníku jsou podobné a interpretace odpovědí je pak nepřesná.

Škála odpovědí na otázku č. 8 je nevhodně zvolena. Firma dle ceníků v příloze obuv do 250 Kč vůbec nevyrábí.

Otázky 10 a 11 jsou zbytečné, firma by si sama měla vést evidenci reklamací.

Studentka také odpovědi a otázku č. 10 špatně interpretuje, protože to, že nereklamovali neznamená, že neměli žádné problémy (existuje řada jiných důvodů, proč nereklamovali).

Celkem pozitivně hodnotím stylistickou, gramatickou a formální úroveň práce (grafy, přílohy). Také poměrně velké množství získaných dotazníků. Některé studentčiny návrhy a doporučení uvedené v BP budou jistě pro firmu přínosné.

Otázky:

1. V teoretické části jste nepopsala písemné a telefonické dotazování. Uvedte prosím jejich výhody a nevýhody. Proč jste je při Vašem průzkumu nepoužila?
2. Firma nepoužívá jinou než internetovou reklamu? Jaké další formy propagace byste formě doporučila?
3. Firma si nevede vlastní evidenci reklamací dle druhu závad apod.?
4. 12 % zákazníků je ochotno zaplatit za obuv sledované firmy maximálně 250 Kč. Začne kvůli tomuto zjištění firma uvažovat o levnějších výrobcích?
5. Proč zjišťujete za jakým účelem zákazníci nečastěji kupují a používají obuv dané firmy? Firma sama si nevede statistiku prodané obuvi dle druhů?

Návrh na výslednou známku BP: C - dobře

(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 6. května 2010



.....
podpis hodnotícího