

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Kateřina Hanáková
Téma BP: Analýza spokojenosti zákazníků společnosti AHOLD Czech Republic, a.s.
Akademický rok: 2010/2011
Vedoucí BP*: Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.
Oponent BP*:
* Nehodící se škrtněte.

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						1,5
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP		X						1,5
Praktická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP		X						1,5
Součet								9,0

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.)

Bakalářská práce se zabývá analýzou spokojenosti zákazníků společnosti AHOLD Czech Republic, a.s., se zaměřením na supermarket Albert v Luhačovicích.

V teoretické části popisuje maloobchod, charakterizuje zákazníky a zabývá se marketingovým výzkumem, zejména metodou dotazníkového šetření.

V analytické části nejprve charakterizuje společnost z hlediska historie, strategie, služeb zákazníkům, možností plateb a také zdůrazňuje postavení zákazníka ve firmě Albert.

Stěžejní postavení v práci zaujímá kapitola, která analyzuje současný stav spokojenosti zákazníků.

Po úvodním definování problému a stanovení výzkumu byla vybrána metoda výzkumu, kterou se stalo využití dotazníku. Po jeho sestavení se podařilo zajistit odpovědi od 126 respondentů, které byly zpracovány a vyhodnoceny, pomocí grafů, tabulek a slovních komentářů. Nedílnou součástí bylo také stanovení a vyhodnocení hypotéz. Práce vyúsťuje v návrhy a doporučení.

Poznámka

Stylistické chyby na stranách: 13, 14, 18, 51, 57, 60...

Otázky:

1. Provádí firma nějaké vyhodnocení ohledně využití rozšířené prodejní doby zákazníky supermarketu?
2. Jak přistupuje prodejna Albert, popř. Ahold k ekologickým otázkám, zejména v oblasti obalů?
3. Vzhledem ke konkurenčnímu supermarketu Penny jaká je konkurenční výhoda prodejny Albert?

Návrh na výslednou známku BP: B Velmi dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně 6. května 2011

Kubičková

.....
podpis hodnotícího