

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Kryštof Korb

Název práce: Jak moderní technologie proměňují retail a interakci se zákazníkem

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Daniel Jesenský, PhD., MSc., MBA.

Pracoviště: FSV MKPR

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

V textu došlo oproti plánu v tezi k fúzi teoretických definic s praktickými, původně se mělo jednat o oddělené kapitoly. Pro srozumitelnost výkladu a efektivnější orientaci je to však ve pozitivní odchylka.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	A
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	A
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Využití literatury je místy nevyvážené, u některých konceptů je velmi hutné, někde naopak opora v literatuře chybí. Vzhledem k množství prezentovaných konceptů a jejich povaze je to však v akceptovatelném rozsahu.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	A
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Autor zvolil jako předmět své práce vliv digitálních technologií na retail ve vztahu ke koncovému zákazníkovi, resp. sleduje, popisuje a předpovídá, jak proměňují a budou moderní technologie proměňovat jeho komunikaci a interakci s obchodníkem a zároveň celý nákupní proces.

Práce je svým pojetím specifická, spíše popisná, nicméně v souladu s tezí a se štědrá oporou v rozsáhlém aparátu rozmanitých a dobře zvolených literárních pramenů. Především z odborných článků a internetových zdrojů, to však odpovídá charakteru a novosti zvoleného tématu.

V textu je komprimováno velmi mnoho informací, spíše stručně, místy povrchně, nicméně vzhledem k obšírnosti pojetí tématu práce a limitu v rozsahu je to očekávatelné.

Patřičné technologie byly zachyceny všechny ty významné a popis jejich rolí v předdefinovaných kontextech je dobře zvládnutý. To implikuje, že autor disponuje značnými praktickými znalostmi a zkušenostmi v předmětných oblastech.

Některé řešené koncepty však trpí menší oporou v literatuře, jako například Aspekty v kap. 2.3, nebo definice popisovaných trendů a technologií v kap. 3. Ovšem výměnou za v literatuře dobře kotvený a bohatý výčet maloobchodních konceptů podléhajících popisovaným trendům, a využívajících předmětné moderní technologie. Příležitost byla též v provázání vyjmenovaných a posaných technologií s Aspekty nákupního procesu shrnutými a definovanými v kapitole 2.3. Místy se též v textu vyskytují příliš kategorické, spíše subjektivní závěry a soudy, nevhodná adjektiva, neoborné formulace a drobné jazykové nedostatky. Nesnižují však faktickou hodnotu obsahu. Také závěr vyznívá subjektivně, bez zjevných odkazů na předchozí části, či literaturu, nicméně z obsahu je provázanost zřejmá a zároveň také dobrý úsudek autora.

Na závěr je možné říci, že hodnocená práce je smysluplným, hutným i když nikoli detailně pojatým shrnutím významných trendů a technologií ovlivňujících současné a budoucí maloobchodní systémy a krom vlastní obsahové hodnoty a bohatého seznamu relevantní literatury (v úctyhodném rozsahu 12-ti stran) poskytuje příležitost k využití a rozpracování v budoucích podobných pracích.

S ohledem na uvedené silné stránky, i přes naznačené příležitosti, došlo v hodnoceném textu k naplnění plánu a dosažení cílů daných v tezi na patřičné úrovni Bc. závěrečné práce. Proto ji hodnotím známkou A.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Především v kapitole 3 prezentujete řadu lokálních i zahraničních příkladů aplikace moderních přístupů a technologií v konkrétních retailových programech. V čem je lokální, tedy český trh specifický, kde je příkladný a kde naopak "pokulhává" ?
5.2	V textu zmiňujete termín "smyslový marketing". Blíže se však tímto fenoménem nezabýváte. Popište blíže smysl, funkce a potenciál smyslového marketingu v kontextu předmětu Vaší práce, především u zmíněného konceptu zážitkového nakupování.

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 16.1.2019

.....

Podpis:

