

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Kateřina Čápová
Číslo studenta: E19673
Název diplomové práce: Vliv uplatnění principů CSR na vztahy se zákazníky
Cíl práce: Cílem práce je identifikovat přínosy uplatnění metody CSR na vztahy se zákazníky na základě rešerše literatury a analýzy této oblasti v konkrétním podniku.
Vedoucí práce: doc. Ing. Michaela Kotková Stříteská, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2024/2025

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Diplomová práce se zaměřuje na aktuální téma společenské odpovědnosti firem (CSR) a jejího vlivu na zákazníky společnosti Toyota. Práce je dobře strukturovaná a jednotlivá témata na sebe logicky navazují. Zvláště oceňuji kvalitní zpracování teoretické části, která je podložena rozsáhlým množstvím odborných zahraničních studií. Analytická část práce zahrnuje detailní analýzu přístupu společnosti Toyota ke společenské odpovědnosti. Bylo zjištěno, že Toyota se aktivně angažuje ve všech třech oblastech CSR, což potvrzuje její závazek k odpovědnému chování. Kvantitativní výzkum, provedený formou dotazníkového šetření, poskytl cenné poznatky o vnímání CSR aktivit zákazníky. Výsledky jsou vhodně interpretovány a komentovány. Je však škoda, že při zpracování výsledků nebyly využity statistické metody, a že autorka při vyhodnocení dat více nepracovala s identifikačními otázkami. V závěru je vhodně provedeno shrnutí a diskuse výsledků v kontextu teoretických východisek. Z této diskuse vyplývají přínosy uplatnění metody CSR na vztahy se zákazníky společnosti Toyota, čímž je naplněn stanovený cíl práce. Kvalifikační stupeň je navržen s ohledem na výše uvedené připomínky.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Nejvyšší míra podobnosti 4% – není plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Výzkumy ukazují, že mladší generace, zejména Generace Z a mileniálové, mají tendenci více podporovat firmy, které se zavazují k odpovědnému podnikání a udržitelnosti, než starší generace. Tento postoj také ovlivňuje jejich nákupní rozhodování a chování. Myslíte si, že se tyto tendence prokazatelně objevují i ve Vašich výsledcích?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 14.1.2025

Podpis