

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Anna Porubcová
Název práce	Styling odevov a doplňkov a imidž produktov
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Milan Banyár, PhD.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	a
2 Nastavení cílů a metod práce	30	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	b
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	a
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,21	A

Připomínky a hodnocení práce:

Autorka si zvolila za tému svojej diplomovej práce analýzu stylingu odevov, doplňkov, imidžu produktov v súvislosti s módnym priemyslom a jeho propagačnými aktivitami, v rámci čoho sa stáva čoraz populárnejší pojem Fashion marketing. Cieľom diplomovej práce bolo zmapovať práve tento nový fenomén.

Predložená práca je kvalitne spracovaná a z jej obsahu je zrejmé, že študentka má k danej téme nielen blízky vzťah, ale zároveň je aj v tejto problematike dobre zorientovaná. Dokazuje to najmä teoretická časť práce, v ktorej dôsledne charakterizovala pojmy Fashion marketing, Styling, alebo značka, produkt a ich imidž. Pri tvorbe tejto časti sa autorka opiera o bohaté množstvo domácich, ale aj zahraničných zdrojov a zároveň dodržiava predpísanú citačnú normu.

V praktickej časti práce autorka podrobne charakterizovala značku Veneo a zároveň v nej realizovala dva typy výskumu – jeden zameraný na vnímanie tejto značky, jej produktov v rámci cieľovej skupiny respondentov a druhý zameraný na analýzu kampaní konkurenčných značiek. Otázne je, prečo sa v rámci analýzy kampaní konkurenčných značiek nepokúsila zhodnotiť aj doterajšie propagačné aktivity vlastnej skúmanej značky. Zároveň by bolo vhodné, ak by takto získané informácie autorka zhrnula aj do prehľadnej SWOT analýzy. Grafy a tabuľky uvedené v prílohe mohli byť umiestnené priamo v praktickej časti, ako súčasť výskumu, kde by vhodne vizuálne ilustrovali výstupy výskumu.

V projektovej časti sa už autorka zameriava na návrh konkrétnej kampane pre značku Veneo. Okrem konkrétnych návrhov v nej nechýba ani časový plán a odhadovaný rozpočet kampane. Uvítal by som však aj ďalšie návrhy, kde by mohol byť využitý potenciál nových foriem a prostriedkov marketingovej komunikácie, ktoré sa vyznačujú tým, že nepotrebujú veľa finančných zdrojov na dosiahnutie želaného efektu (pozn. súvisí to s faktom, že sa autorka snažila vytvoriť nízkorozpočtovú kampaň pre túto značku).

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

Napriek mojim pripomienkam považujem túto diplomovú prácu za kvalitnú a prínosnú, odporúčam ju k obhajobe a navrhujem hodnotenie A (výborne).

Otázky k obhajobě:

1. V teoretickej časti práce často pracujete s pojmami imidž značky a identita značky. Vedeli by ste stručne vysvetliť, aký je medzi týmito pojmami rozdiel a čo majú naopak spoločné?
2. V projektovej časti vytvárate návrh nízkorozpočtovej kampane pre značku Veneo. Prečo ste v rámci návrhu tejto kampane neplánovali použiť aj niektoré z nových foriem a prostriedkov marketingovej komunikácie, ktoré sa vyznačujú práve tým, že sa snažia dosiahnuť maximálny efekt z minimálnych zdrojov (napr. guerilla, viral atp.).

Ve Zlíně dne 11. 5. 2013

Podpis: