

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Michaela Mariánková		
Název práce	Marketingová a komunikační strategie nově vznikající značky na trhu		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2022-2023
Autor posudku	Mgr. Eliška Káčerková		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	c
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	d
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,49	B

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Z práce lze cítit osobní motivaci autorky po co nejkvalitnějším zpracování, vysokou zainteresovanost a vytrvalost. Díky těmto aspektům vznikla práce s potenciálem praktického využití.
- Teoretická část přináší logicky členěná odborná východiska, na něž je nahlíženo optikou různorodých, odborných i populárních zdrojů.
- Metodický postup je popsán minimalisticky, co do věcného obsahu však obstojně.
- Praktická část obsahuje spektrum relevantních analýz, které v kombinaci s kvalitativním výzkumným šetřením poskytují vhodná východiska pro projektovou část.
- Projekt je zpracován velmi detailně, co se týká vizí a cílů poměrně ambiciózně, autorka si uvědomuje možná rizika a limitující faktory související s praktickou realizací.

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Některé kapitoly v teoretické části jsou poměrně stručné a vycházejí pouze z jediného zdroje (např. Kap. 3.2.4).
- V analýze konkurence chybí stanovení kritérií, která by měla být sledována, jedná se tak spíše o popis než o analytickou formu.
- V práci absentuje ukázka grafického printu ilustrujícího produkt, který bude nabízen pod značkou Občas tvořím.
- Zodpovězení výzkumných otázek je poměrně stručné.
- Odkaz uvedený v příloze P II není funkční.

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

- Po formální stránce: analýza odvětví (uvedená v zásadách práce) je v práci uvedena pouze částečně, obrázky, které obsahuje analýza konkurence, nejsou vycentrovány na střed a text pod nimi „přetéká“, také tabulky přesahují na další stranu, čímž je ztížena orientace v uvedených informacích, zkrácené citace některých zdrojů v teoretické části nejsou vhodně umístěny v textu, zdroje jako Evolutionmarketing bylo při konzultacích doporučeno nahradit odbornými východisky, chybný název kapitoly (?): 2.3.3 Definice mise a mise.

Otázky k obhajobě:

- Jak byste s nynější znalostí výsledků z provedeného výzkumu charakterizovala cílovou skupinu značky Občas tvořím?
- Dle odborného zdroje správně charakterizujte adekvátní části Brand manuálu, jaký je jeho vztah k firemní/korporátní identitě?
- V projektu se v části popisující webové stránky nezmiňujete o doméně, jejím názvu, registraci, rozpočtu. Upřesněte tyto náležitosti v průběhu obhajoby.

Kontrola plagiátorství byla negativní – systém našel shodu 2 %, což je hodnota v přípustném rozmezí.

Ve Zlíně dne 12. května 2023

Podpis: Eliška Káčerková, v.r.