

**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: Pavlíček Filip

**Název práce:** Marketingová strategie Codex labs na českém trhu

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Koudelková Petra

Pracoviště: IKSŽ FSV UK

**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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňte 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	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	C

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

Teoretická část práce obsahuje nezbytné informace vztahující se k tématu práce. Kvituji kapitolu 3 Marketing kosmetiky. Autor v teoretické části pracuje s mnohými autory, porovnává a doplňuje teorie.

V další části autor zpracovává výzkum. Dotazník je designován podle existující studie, která byla provedena na maďarských spotřebitelích a výsledky jsou přínosné. Také SWOT analýza je velmi dobře zpracovaná. Potud je práce výborná. Trochu méně kvalitní zpracování přichází v praktické části, kde se autor dotýká samotného návrhu marketingové strategie. Postupoval dle teorie, kterou si vybral a v úvodu zpracoval. Nicméně by to chtělo trochu hlubší zpracování. U bodu komunikace mohly být konkrétní návrhy, ukázky mediální strategie a navíc zde uvedené aktivity mohly být naceněné. Také je škoda, že autor v návrhové části takřka nepracuje s výsledky dotazníku.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňte 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	A
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby	B

	s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Vše je řádně zpracováno, odcitováno. Práce je čtivá a nevykazuje zjevné gramatické ani pravopisné chyby.  
Grafická úprava práce je v pořádku.

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

Předložená práce se zabývá velmi zajímavým tématem. Kapitola 6 je ukázkou propojení teorie a praxe, tato kapitola je velmi zdařilá.

Slabší část této práce je kapitola 10, kde se nabízí prostor pro důkladnější a detailnější zpracování (viz výše). Aktuálně hodnotím stupněm B/C a výsledné hodnocení bude rozhodnuto na základě obhajoby.

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

5.1	Pokud byste měl promítnout výsledky dotazníkového šetření do návrhové části do bodu Cena, jak by zněla Vaše doporučení?
5.2	V návrhové části v bodu "komunikace" hovoříte o zážitkovém marketingu. Co konkrétního navrhujete udělat, jaký by byl rozpočet této aktivity? A jaké eventy (konkrétní nápady s konkrétní produkcí a budgetem) by se mohly odehrávat ve vlajkové prodejně v Praze?

**6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU**

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	Vykázaná shoda je vyšší, ale je to zjevně důsledek toho, že autor používá doslovné citace v textu. Zdroje využitě v práci jsou citované a práci lze označit za originální.
-----	--

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

- A
- B
- C
- D
- E
- F  nedoporučuji k obhajobě

**ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ**

Datum: 28.8.2023

Podpis:

.....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!**

