

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Petra Šišková

Název práce: Využití PR v prezentaci značky v oblasti doplňků výživy

Cíl práce: pomocí analýzy vyhodnotit možnosti využití PR nástrojů při prezentaci značky v atraktivním oboru doplňků výživy a na základě získaných skutečností následně navrhnout vhodná opatření pro zlepšení PR činnosti značky a posílení pozice značky v očích veřejnosti.

Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- vstupní údaje / jejich zpracování	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- použité metody	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tématické analýzy, přínos studenta	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň	Výborně

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení, připomínky – příp. otázky k obhajobě:

Bakalářská práce je zpracována na celkem 63 stranách bez příloh, přičemž autorka využívá 20 zdrojů z toho pouze 1 zahraničního. V použité literatuře a samotném využití literatury vidím nejslabší stránku této práce. Seznam literatury také plně neodpovídá požadované normě, byť se jedná pouze o drobné nedostatky, způsobené pravděpodobně nedostatkem pozornosti (např. použití čárek a teček, formátu písma jednotlivých údajů, atd.).

Autorka v teoretické části neoznačuje přímé citace uvozovkami pro označení, kde citace začíná a kde končí. Dále se vyskytují kapitoly, kde autorka využívá pouze jednoho odborného zdroje, který je pouze přejet bez dalšího srovnání, či okomentování.

Vyhodnocení výzkum a interpretace výsledků by bylo spíše vhodnější přehledněji zpracovat do podoby tabulek či grafů. Ve výsledcích výzkumu autorka uvádí: „Všichni dotazovaní zástupci firem se domnívají, že PR články mají příznivý vliv na zvyšování prodejů.“ – Toto tvrzení a samotnou otázku v dotazníku by bylo dále vhodné a zajímavé (např. v diplomové práci) doplnit o výzkum, popř. porovnání se skutečnými prodejními výsledky.

Otázky k obhajobě:

1. Jaký je přibližně základní soubor pro provedení výzkum, tzn., kolik přibližně firem odpovídá možnému výběru pro výzkum na českém, popř. slovenském trhu?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: Velmi dobře.

V Praze dne 29.8.2011

.....
Mgr. Josef Voráček