

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
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: Renčová Michaela

Název práce: Brand Audit jako nástroj identifikace současné pozice značky na trhu na příklady značky Alpine Pro

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Pracoviště: Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd

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

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	4
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	4
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	4

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

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	4

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Zcela absenteje příloha (ačkoliv by byla vhodná) kromě dotazníku.

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

Autorka si zvolila zajímavé téma a zaměřila se na marketing outdoorového a sportovního oblečení české značky Alpine Pro.

Ačkoliv autorka v názvu slibuje brand audit značky, předkládá spíše klasickou marketingově komunikační analýzu podle Kotlerových 4P, doplněnou o základní online výzkum spotřebitelů. Samotný význam značky definuje jen velmi stručně, zejm. na str. 26 a 33-34. Nepoužila žádné jiné výzkumné metody, které by se použít daly, zejména kvalitativní (focus groups, interview, etnografie apod.). Ačkoliv zmiňuje spolupráci s ČOV, nezkoumá, do jaké míry tento sponzoring přispěl k výjimečnému postavení značky na českém trhu. Zcela opomíjí analýzu konkurence, kromě otázky v kvantitativním šetření. Pokud jde o lifestyleovou segmentaci, spokojí se s obecnými tvrzeními typu "Češi chodí rádi do přírody", které nepodkládá analýzou sekundárních dat. Ve vlastním výzkumu je problematická konstrukce jeho vzorku. Proč se autorka zaměřila na populaci 15+, a nikoliv cílovou skupinu 25-40 let? Jak probíhal výběr respondentů a na základě čeho byli vyselektováni jako ti, kdo nakupují Alpine Pro?

Jako pozitivní lze hodnotit snahu formulovat strategická doporučení na konci práce, nicméně jejich podloženost a efektivita je vzhledem k nedostatečné předchozí analýze spíše common-sense odhad. Práce nicméně naplňuje formální nároky, kladné na bakalářskou práci, s váháním ji doporučuji ji k obhajobě a pouze v případě dobré obhajoby ji hodnotím jako dobrou.

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

5.1	Do jaké míry sponzoring ČOV přispěl k výjimečnému postavení značky na českém trhu?
5.2	Jak probíhal výběr respondentů a na základě čeho byli vyselektováni jako ti, kdo nakupují Alpine Pro?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!