

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: Linda Plachá

Název práce: Olfaktorický marketing - využití přirozených a uměle šířených aroma v MO prodejnách přírodní kosmetiky

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: MSc. Daniel Jesenský, Ph.D., MBA.

Pracoviště: FSV MKPR

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	3
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejeté 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)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

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

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

Autorka zvolila jako předmět své práce roli a vliv aromatizace specifických prodejních prostředí, resp. maloobchodních prodejen přírodní kosmetiky.

Nebývale značný rozsah textu je daný především rozsahem teoretické kapitoly pojaté od obecných definic in-store komunikace po neuromarketing, multisensorickou komunikaci až po hlavní předmět práce - olfaktorickou komunikaci. Shromážděné informace jsou relevantní, nicméně k hlavnímu předmětu práce, přirozeně a uměle šířeným aromatům, jsou příliš stručné. Hodnotnou částí textu, která se podílí na celkovém rozsahu nejdominantněji, je praktická kapitola, ve které se autorka s pomocí asistovaných nákupů zabývá čtyřmi maloobchodními značkami, resp. jejich deskripcí a stručnou analýzou s pomocí dat získaných ze sekundárních zdrojů, od zástupců značky a účastníků asistovaných nákupů. Provedený výzkum, byť není u tohoto typu práce běžný, byl provedený na dobré úrovni. Zároveň též v úctyhodném rozsahu. V duchu kvalitativního výzkumu jsou prezentované autorčiny komentáře a závěry průběžně a smysluplně opírány o deklaráce respondentů.

Při nastavení výzkumu je otázkou, zda nebylo nadbytečné seznamovat účastníky asistovaného nákupu s úvodem do problematiky in-store komunikace a olfaktoriky. Mohlo to totiž ovlivnit sdílené postoje respondentů samotných, resp. vznik nežádoucích bias.

V práci obecně dominuje praktický přístup k tématu a závěry jsou opřené především o názory respondentů. Deficit v hustotě relevantní teorie a její slabší intenzity v závěrečné diskuzi, je vynahrazen rozsáhlou argumentací na základě asistovaných nákupů a hloubkových rozhovorů se zákazníky. Výstupy praktické části jsou řazeny strukturovaně podle jednotlivých podtémat definovaných otevřenými otázkami, které autorka respondentům kladla. Otevřené otázky vycházejí ze struktury oblastí a konceptů shromážděných v teoretické kapitole.

Obecný závěr je příliš stručný, chybí v něm diskuze reálií a zjištění z výzkumu s podklady z teoretické kapitoly, jak bylo plánováno v tezi. Teoretická kapitola je s praktickou propojena spíše skrze témata v otevřených otázkách. V omezené míře však k diskuzi dochází již v praktické kapitole při diskuzi jednotlivých MO značek. V závěru chybí vyjádření k základní otázce/tématu práce - rozdíl v šíření umělého vs. přirozeného aromatu.

Práce trpí občasnými jazykovými nedostatky.

Přes výše zmíněné příležitosti ke zlepšení hodnotím práci jako výbornou/velmi dobrou, především s ohledem na provedený výzkum a jeho aktivní a smysluplné využití při generování závěrů a doporučení. O výsledné známce bude rozhodnuto na základě odpovědí na níže uvedené otázky při závěrečné obhajobě.

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

5.1	Odůvodněte volbu asistovaných nákupů mezi dalšími výzkumnými metodami. Vysvětlete proč jste uváděla respondenty do základů in store komunikace a olfaktoriky ?
5.2	Jaké jste ve své práci identifikovala nejsilnější a nejslabší stránky při využití přirozeného, nebo uměle šířeného aroma v maloobchodních prodejnách přírodní kosmetiky? Jaké obecné implikace a doporučení byste na základě svých zjištění vyvodila pro obecné nasazení přirozeně a uměle šířených aromat v maloobchodním prostředí ?

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

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: ...25.5.2018...

Podpis: