



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Lucie Jandová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Realizace výzkumu pozice vybraných konkurenčních značek

Hodnotitel – vedoucí práce:

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Autorka práce zodpovědně zpracovala v teoretické části problematiku značky a jejích prvků. Následně v druhé kapitole potom vytvořila popis základních přístupů k hodnocení značky. Protože empirická část představuje výzkum značek, věnovala se stručně i marketingovému výzkumu se zaměřením na metody dotazování a experimentu, které jsou potom dále aplikovány.

Kapitola č. 4 je velmi zajímavým čtením o zvolených značkách a již zde je možné porovnávat jejich prvky, marketingovou komunikaci atd.

Hlavním přínosem empirické části je zopakování známého testu ochutnávky kolových nápojů, zde kromě Coca-Coly a Pepsi-Coly i Kofoly. Design výzkumu je posán v kapitole č. 5 a výstupy najdeme v kapitole č. 6. Kromě slepého ochutnávkového testu nápojů bylo realizováno i dotazníkové šetření. Cílovou skupinou byli studenti vysoké školy. Značky byly porovnávány tedy nejenom slepým testem



zaměřeným na chuť, ale dále i dotazníkovým šetřením zaměřeným na spotřebu nápojů, znalost a líbivost reklamních kampaní těchto znašek.

V závěrech jsou diskutovány výstupy tohoto experimentu s podobným, který byl v ČR realizován v roce 2014. Stručný souhrn výstupů najdeme na s. 86.

Práci doplňují relevantní přílohy.

Autorka pracovala odpovědně a výstupem práce je velmi zajímavé výzkumné šetření zaměřené na porovnávání hlavních značek kolových nápojů v ČR.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Myslíte si, že má Kofola šanci na našem lokálním trhu se vyrovnat s Coca-Colou, když již poráží Pepsi-Colu?,

V Plzni, dne 28. 4. 2016

Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).