



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Kamila Štruncová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Branding vybrané neziskové organizace

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Diplomová práce se věnuje tématu branding vybrané neziskové organizace. Autorka práce naplnila beze zbytku zásady práce i cíl uvedený v úvodu práce. Na vhodně zpracované teoretické rešerše navazuje vlastním výzkumem. Dotazníkové šetření na vzorku 181 respondentů vyhodnotila pomocí sofistikovaných statistických metod a v sebraných datech identifikovala logické souvislosti. V rámci analýzy marketingového řízení vybrané neziskové organizace dokázala identifikovat slabiny, jako jsou neexistující vize, poslání, hodnoty organizace. Kapitola 7 se má zabývat návrhem rebrandingu vybrané neziskové organizace. Rebranding zde autorka chápe spíše v širších souvislostech než pouhou změnu loga. Změna loga proběhla úspěšně v roce 2009 a autorka se zde svými návrhy zaměřuje spíše na positioning, resp. budování hodnot značky. Za zmínku by ještě stálo, jak jsou řízena a využívána data o zainteresovaných

stranách pro marketingové účely. Např. zda existuje v organizaci nějaký CRM systém pro správu dat. Po formální stránce nemohu práci nic vytknout, svým rozsahem a formou zpracování odpovídá požadavkům na tento typ prací kladeným.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1. Na str. 40 u ceny jakožto jednoho z nástrojů marketingového mixu zmiňujete, že výtěžek z prodeje produktů půjde na tvorbu nových zákonů. Vysvětlete.
2. S dokazem na obr. 6 zhodnoťte, zda se z Vašeho pohledu na základě Vašich návrhů jedná o rebranding evoluční či revoluční a proč?

V Plzni, dne 7. 5. 2022

Podpis hodnotitele