

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: David Soumar

Název práce: Marketingový výzkum hodnoty značky firmy s tenisovým vybavením

Cíl práce: Vyhodnotit vnímání značky Pacific spotřebiteli a navrhnout vylepšení

Jméno oponenta: Mgr. Jan Procházka

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost práce:

podprůměrná průměrná **nadprůměrná** (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Pravopis a stylistika	Velmi dobře

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Hodnocení práce: Velmi dobře, vzhledem k tomu, že se jedná o bakalářskou práci a některé části jsou nadprůměrné. Autor však musí silně zapracovat na práci se zdroji a vysvětlovat, aby na vyšších stupních vůbec uspěl.

Připomínky:

Název práce je příliš obecný, což by v budoucnosti mohlo vést k jejímu nenalezení potenciálními čtenáři. Podobně je tomu u klíčových slov, ale tam to vadí méně.

Popis metod v abstraktu se opakuje a mohl být lépe proveden.

Obrázek 1 je popisován na stránce, na které není, což je matoucí, neboť odkaz na něj je až na konci odstavce, ale z textu vyplývá, že by čtenář měl informaci již mít. Podobný jev se opakuje např. u obr. 3.

Nad obrázkem 2 by mohl být vynechán řádek. Těsně nad ním jsou slova nesprávně v prvním pádu.

Odstavec začínající „Z publikovaných titulů, které pracují“ na s. 12 je zbytečnou nadstavbou, neboť nenese informace použité pro práci, navíc doplněné informacemi o médiích, kde jsou uváděné práce publikovány. Je tedy mimo téma práce.

Odstavec začínající „Vytvořit značku sice znamená zvýšení nákladů na výrobu jednotlivých produktů“ na s. 12 nenese správnou informaci – tvorba značky není nákladem na výrobu produktů. Text v závorce je spíše poznámka

či forma eseje. Odstavec pak obsahuje názor autora, který není podložen ani vysvětlen („nezpochybnitelné výhody“).

V následujícím odstavci („Funkcí identifikace rozumíme“) chybí odkaz.

Výpis kategorií pro hodnotu značky (s. 14) vypadá jako přímá citace, ale není tak označen. To není jediný případ, kdy si lze těžko představit, že se jedná o autorovu formulaci, hlavně seznamů. Nelze to však vyloučit bez srovnání se zdrojem, proto se možná nejedná o chybu.

V části 2.2.2 patrně opět chybí odkazy, minimálně v odstavci 2 a 3. Text vypadá velmi odborně a detailně na to, aby obsahoval „jen“ názor autora. Podobně v prvním odstavci 2.2.3 a jinde chybí odkazy, např. u odstavce „Druhový image se zabývá“ (s. 17).

V odstavci „V této práci autorka“ (s. 19) je opět špatný pád.

První odstavec v části 2.4.1 šel rozdělit. Pak by správně bylo více odkazů.

Odkaz chybí v následujícím odstavci a v posledním odstavci na s. 20.

Na stejné stránce 20 je několik stejných odkazů Pacific, 2014, ale z textu se zdá, že se jedná o několik jazykových verzí stránek, kdy by bylo vhodnější zdroje rozlišit.

Část 2.4.3 je zcela bez odkazů.

Část 2.5 nepatří do teoretických východisek – jedná se o předvýzkum (tedy součást výzkumu), ne o citaci z publikací.

Část 2.6 Výzkumy preference tenisových značek obsahuje jen jeden jiný výzkum, oproti názvu. To je matoucí, vzhledem k tomu, že obsahuje také jen jeden odkaz.

U první hypotézy není jasné její vyhodnocení. U druhé není vědecky vysvětleno, ale dá se pochopit.

V části 4.2.1 se autor odvolává na seminární práci. Ta však nepatří mezi publikované zdroje. Jako zdroj ani není použita, jedná se tedy o nepotřebnou informaci.

V metodologii by mohlo být více informací z metodologické literatury na podporu vlastních metod. Např. na začátku 4.4 je určité informace, která není autorova (2. odst.).

Autor velmi často opakuje, že se jednalo o elektronické dotazování. To není nutné tak často. Ostatně, mohlo by být lépe specifikováno, pokud není použit termín z použité metodologické literatury, což nevíme.

Na s. 29 autor zmiňuje použití kvantitativní (?) obsahové analýzy, bez jejího popsání a vysvětlení.

Autor sice do jisté míry operacionalizuje dotazník, mohl by to však lépe využít pro vysvětlení tvorby dotazníku.

Na bakalářskou úroveň práce je to však nadprůměrné, ač s malými chybami.

Poslední odstavec ve 4.5 si zasloužil vysvětlení anebo odkaz.

Analýza otázek je správně podle operacionalizace.

Informace začínající „pravděpodobně“ (s. 44) šla ověřit.

Obr. 14 působí nelogicky, neboť nelze sčítat pro srovnání, oproti tradičně používaným formám grafu. Mohl být lépe vysvětlen. Navíc zrovna pro studovanou značku Pacific není vidět hodnota a z grafu ji nelze odvodit.

Na s. 48 je věta „Po odstranění krajních hodnot bylo dosaženo přesnější hodnoty.“ Ta je však nepřesná a nedopovídá realitě. Spíše to vypadá na názor autora - není vysvětleno, proč je přesnější.

Statistika je použita vcelku hezky. Bohužel není její využití vysvětleno, chybí v metodologii, a není dostatečně interpretována a využita pro pochopení jejího využití a přínosu.

Věta „zisku). Image příliš levného zboží by ve spotřebitelích mohla vzbuzovat pocit nekvality a jejich hodnocení by následně mohlo značně upadnout v bodech přidělovaných kvalitě.“ (s. 53) by mohla mít odkaz nebo vysvětlení.

Nejedná se o ojedinělý případ, viz věta v návrzích „Informovanost o prodejní síti v okolí tenistů se, dle dat z výzkumu, zdá být skutečně nedostatečná.“ (s. 54)

Na s. 58 píše autor o reliabilitě práce. To není správný výraz.

Podobně odstavec o validitě není úplně správně.

V závěru hodnotí hypotézy, aniž by bylo opět jasné, jak. „Potvrdila“ se ta první, u které nebylo jasné, jak bude potvrzena. Hypotézy však potvrdit nelze, jen vyvrátit, pokud jsou statistické.

Občas autor přechází do formy eseje, např. u "na škodu nebylo" (s. 56).

Autor občas přeskakuje do „my“ formy. Na s. 22 zase píše o „mé osobě“ v informaci, která je méně důležitá z hlediska práce. Práce přitom převažuje v neosobní formě. Na s. 55 je opět „můj“ pohled.

Odkazy v textu jsou převážně správně, občas například chybí čárka před letopočtem.

Odkazy u obrázků a tabulek ani jiné citace z knih neobsahují číslo strany.

Překlep „V úvod dotazníku“ není jediným. Vtípně působí např. výraz „fungovala i následující dotaz“ (s. 32).

Autor by mohl omezit používání slova „i“.

Naopak by mohl používat vázanou mezeru, aby např. předložka „z“ nebyla poslední na řádce (s. 22).

V seznamu zdrojů jsou malé chyby a překlepy, např. u zdroje 5.. Zdroj 7 by měl být pod M. a jméno autorky by nemělo být přechylováno, to již není správně.

Některé zdroje obsahují iniciály, jiné celá křestní jména.

Seznam obsahuje i jiné drobné chyby.

Dotazník v příloze nemá logický sled otázek.

Otázky k obhajobě:

Autor zdánlivě uvádí pouze „Cenné funkce“ značky (s. 12). Jaké další funkce značky znáte?

Na s. 46 uvádíte, že hodnota 50 odpovídá 100 %. Proč jste použil tento poměr? Nemohl ohrozit výsledek odpovědí?

Proč je průměr („Po odstranění krajních hodnot bylo dosaženo přesnější hodnoty.“ - viz výše) přesnější než ten předchozí?

Navržený klasifikační stupeň:

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 10. dubna 2019

.....
Jan Procházka