

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta/studentky:** Lukáš Michálek

**Název práce:** Marketingový výzkum hodnoty značky Kappa

**Cíl práce:** Pomocí marketingového výzkumu zjistit míru povědomí o značce Kappa z pohledu současných studentů UK FTVS.

**Jméno oponenta:** Mgr. Richard Jarošík

**Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):** doktorand na katedře Management sportu, UK FTVS

## Celková náročnost práce:

podprůměrná                      **průměrná**                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně                      -                      velmi dobře                      -                      dobře                      -                      nevyhovující                      (uveďte)

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

## Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná                      **průměrná**                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## Hodnocení práce:

**Stavba práce** – Práce má mít jasnou strukturu, která vymezuje jednotlivé kapitoly, jak mají jít za sebou. Vždy se tedy začíná teoretickými východisky a až následně cíly a úkoly. Na začátku práce mi chybí seznam zkratk, které student v práci využívá. Příklad: studenti fakulty tělesné výchovy a sportu, Univerzity Karlovy (dále jen UK FTVS). Žádná kapitola by neměla začínat pod kapitolou, tedy vždy po nadpisu by měl autor práce alespoň krátce uvést čtenáře do tématu.

**Formátování** – Práce obsahuje velké množství zbytečných mezer mezi odstavci, poděkování je napsáno jiným formátem než zbytek práce. V textu často chybí odkaz na obrázky a grafy. Každý obrázek a graf by měl být někde v textu citován, aby bylo jasně podloženo, proč je pro práci důležitý. Nadpis 4 se již nepíše tučně. Důležité je při kontrole práce také projít všechny odkazy, že automatické formátování nepřevéde online zdroje do URL odkazů (modrá barva a podtržení).

**Úvod** – Ladné uvedení do tématu, přesně popisující aktuálnost zkoumaného problému, doporučení pro další vědecké práce by bylo: vyvarovat se subjektivních respektive nepodložených názorů (nejznámější jsou jasně Nike a Addidas) – toto nám potvrdí alespoň u respondentů této práce otázka 2.

**Teoretická východiska** – Kvalitně zpracovány, dobrý výběr zdrojů literatury. Nemám zde větší připomínky. Drobné problémy v mezerách mezi odstavci a necitování obrázků (viz: formátování). U

obrázku 4 není žádný odkaz v textu. Teoretické podložení výzkumné metody semiometrie již patří do části metodiky.

**Cíl** – Cíle dobře formulované, doplněné o podrobnější popis, čeho se respondent snaží dosáhnout a jakým způsobem.

**Metodika** - Proč je v metodice napsán opět cíl výzkumu (otázky k obhajobě)?

Vzorek respondentů – zde mi úplně chybí základní soubor a výběrový soubor, jaký by v takovémhle případě byl (otázky k obhajobě)?

Chybí mi, jaký typ analýzy byl využit na data z dotazníkového šetření (otázky k obhajobě)?

**Výsledky** – Historie značky Kappa by měla být ještě v teorii, v praktické části se již nepoužívají zdroje. Rozdíl by byl, pokud bychom historii znali například z hloubkových rozhovorů s manažery společnosti. Názvy musí být vždy hned u grafů/obrázků/tabulek. Nemělo by se stávat, aby název byl na jiné stránce, než samotný graf (viz Graf číslo 1). V textu se opět prakticky neobjevuje odkaz na očíslované obrázky. Jinak grafy a obrázky obecně dobře a přehledně zpracované.

**Diskuze** – Student velmi dobře porovnává výsledky své práce s teoretickou částí. Podle výsledného počtu respondentů je však potřeba být obezřetný se zobecňováním výsledků. To samé platí i v závěrečné části. Namísto: „Mezi současnými studenty UK FTVS však znalost jejího sponzoringu neplatí.“ Bych volil: „V rámci výběrového souboru složeného ze současných studentů UK FTVS...“.

### **Otázky k obhajobě:**

- 1) Proč je v metodice napsán opět cíl výzkumu?
- 2) Jaké typy analýz byly v práci využity a proč nejsou uvedeny v metodice?
- 3) Student evidentně považuje za nejdůležitější Top of mind. Které další marketingové ukazatele by v tomto případě mohli přinést zajímavé výsledky
- 4) Na základě čeho student vytvořil doporučení pro značku Kappa?

**Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře – dobře** v závislosti na průběhu odbhajoby.

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

V Praze dne: 26.8.2021

.....  
Mgr. Richard Jarošík