

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do označených políček!**

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce

Posudek oponenta/ky

**Autor/ka práce**

Jméno a příjmení: Karolína Syroťuková

Název práce Marketingová strategie značky Goodie

**Autor/ka posudku**

Jméno a příjmení: Ing. Hana Moravcová, Ph.D.

Pracoviště: IKSŽ, Katedra marketingové komunikace a PR

**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)  
Cíl a technika práce je v souladu s tezemi.

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	A
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	A
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálů	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Viz komentář k části 4.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
3.3	Dodržení citační normy (Pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	A
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (Pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F.)	A
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Práce splňuje formální požadavky.

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

Práci lze považovat za příkladnou. Teoretická část je dobře zpracovaným kompilátem jak klasických vysokoškolských učebnic marketingu a marketingové komunikace, tak odborných článků z akademických časopisů. Poznatky autorka potom vhodně uplatňuje a poukazuje na ně při tvorbě samotné komunikační strategie v praktické části práce. Svá doporučení a závěry opírá o nejnovější dostupné statistiky a zohledňuje trendy uváděné v aktuálních výzkumech. Jedinou poznámku mám ke kvantitativnímu výzkumu, kterému by napříště slušelo, kdyby byl prezentován nejen v podobě koláčových grafů, ale i kontingenčně – aby se čtenář dozvěděl, jak se chovají a co preferují různé kategorie dotazovaných (ačkoli skupina dotazovaných byla poměrně homogenní). To by bylo bývalo hodnotnější i ve vztahu k implikacím pro praktické formulování strategie – na koho funguje co a proč.

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

5.1	Strategii jste vytvořila pro cílovou skupinu žen ve věku 25 až 35 let. Popište prosím, jak by se podle Vás parametry strategie změnila, kdybyste cílila na ženy ve věku 40 až 55 let.
5.2	Zrekapitulujte prosím, jakým hrozbám by podle Vás a Vašeho výzkumu mohla čelit společnost Goodie a jak se jim dá podle Vás pomocí strategické komunikace předcházet.
5.3	Setkala se někdy společnost s tím, že by ji někdo nařkl z green-washingu? Jestli tomu tak nikdy nebylo, díky čemu podle Vašeho mínění?

### 6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	Click or tap here to enter text.
-----	----------------------------------

### 7. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A  B  C  D  E  F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Click or tap here to enter text.

Datum: Click or tap here to enter text.

Podpis: .....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF, nebo jej zašlete sekretářce příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu.**