

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Vojtěch Koubík

Název práce: Marketingový výzkum znalosti a image značky Under Armour

Cíl práce: pomocí marketingového výzkumu zjistit, jaká je známost značky Under Armour u široké veřejnosti na českém trhu a její image.

Jméno oponenta: Mgr. Josef Voráček

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

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Logická stavba práce	Dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce – cíl práce uvádí „širokou“ veřejnost, věkové omezení a poté především skladba respondentů však neodpovídá „širokosti“ veřejnosti.
- Logická stavba práce – zde hodnocení snižuje absence kapitoly pro ověření hypotéz, dále pak připomínky (viz níže) ke kapitole „Závěr“ a „Metodologie“.
- Práce s literaturou – práce splňuje vymezené požadavky, správně autor cituje jak v textu, tak i v seznamu literatury. Citace pak vhodně doplňuje o vlastní komentář. Nedostatek však vidím v použití pouze jedné zahraniční publikace (kromě elektronických zdrojů), což vzhledem k problematice není optimální.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou pro tento typ výzkumu vhodné a adekvátní, jejich provedení a využití však má rezervy (viz níže připomínky k věkovému vymezení, reprezentativnosti výzkumu, hypotézám a dále pak viz otázky k obhajobě). Dále pak postrádám v práci aplikaci nějaké standardizované metody, zvláště k tomuto typu výzkumu.
- Hloubka tematické analýzy – rozsah stran pro teorii zvláště u tohoto tématu považuji za velmi malý (viz připomínky).
- Úprava práce – na úrovni bakalářské práce je úprava dostačující, text je vhodně doplněn dalšími ilustracemi a tabulkami. Autor se zde však nevyvaroval nedostatku v podobě nadpisu kapitoly 5 (viz připomínky).
- Stylistická úroveň – autor se nevyvaroval překlepů, nedostatků ve větné skladbě a občas stylistika není vhodná pro akademickou práci (viz připomínky).

Připomínky:

Vzhledem ke zvolenému tématu a složitosti tématu by bylo žádoucí danou problematiku hlouběji rozebrat v teoretické části. Autor zde věnuje teorii pouze 10 stran.

Velké kapitoly by měly začínat vždy na nové straně (u kapitoly 5 tomu tak není).

Autor uvádí svůj plán a metodologii marketingového výzkumu až v „praktické“ části práce – toto by mělo být obsahem kapitoly „Metodologie“ (kde je však pouze teorie).

U vymezení cílové skupiny respondentů autor uvádí, že respondenty omezil věkově – jak, nebo jaké je toto omezení však neuvádí.

Pozor na formulování hypotéz – není vhodné volit slova jako např. „většina“. Není jasné, zda to znamená více jak 50 %, nebo nejvíce respondentů. To pak může být problém u ověřování platnosti hypotéz. Vhodné je i dané hypotézy označit pro závěrečné ověřování (např. H1, H2, atd.).

V práci se vyskytují občasně překlapy a nelogičnosti ve stavbě vět (např. str. 43)

U otázky č. 8 bylo možná vhodnější volit nějakou číselnou vícebodovou škálu (např. kolik bodů z 10) pro přesnější výsledky.

Občas v práci stylistika není vhodná pro akademickou práci (např. str. 58 – „Zde se pokusím...“). Dále pak se občas vyskytují chyby ve větné skladbě (např. str. 59 – „... opatřeními, které by mohli vést ...“).

Autor by dále měl být velmi opatrný při konstatování, že výzkum se dá pokládat za reprezentativní – vzhledem k tomu, co autor uvádí v diskusi dále je jasné, že tomu tak není.

V práci zcela chybí kapitola, či podkapitola „ověření hypotéz“ – to je schováno v textu u jednotlivých výsledků – není to přehledné.

Kapitola „Závěr“ obsahuje pouze shrnutí toho, co autor dělal. Takto by závěr akademické práce vypadat neměl. Správnou podobu závěru však obsahuje kapitola „Doporučení“.

Otázky k obhajobě:

1. Autor na str. 43 uvádí, že „nejvíce respondentů oslovil na sociální síti facebook.com, která zajišťuje náhodný výběr vzorku ...“ Jakým způsobem je tedy zajištěna náhodnost výběru respondentů na této sociální síti? Jak přesně byli respondenti vybíráni?
2. Meritorní otázky ohledně značky Under Armour vyplňovali pouze respondenti znající značku – tedy 110? Z textu není jasné kolik respondentů a kteří vyplňovali jaké otázky – filtrování respondentů.
3. Na základě čeho byly vybrány vlastnosti v otázce č. 11? Co znamená vlastnost „cena“?
4. Autor v teoretické části zmiňuje metodu CBBE. Jakým způsobem je tato metoda využita v samotném výzkumu?

Práce je doporučena k obhajobě.

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

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 3.9.2012

.....
Mgr. Josef Voráček