

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Karochová Simona

Název práce: Srovnání image značky Craft v České republice a v Norsku z pohledu studentů

Cíl práce: kvalifikace image značky na trzích dvou evropských zemí

Jméno oponenta: Čáslavová Eva

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

## Celková náročnost tématu :

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná

## Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře (viz hodnocení)
Logická stavba práce	Velmi dobře (viz hodnocení)
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře (viz připomínka 2)
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře (viz hodnocení)
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Dobře (viz hodnocení, připomínka 3, 4)
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

## Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná.

## Hodnocení práce:

Bakalářská práce v rozsahu 67 stran textu, 10 příloh a 23 titulů bibliografických citací ( z tohoto 8 cizojazyčných včetně 6 internetových) je zaměřena na výzkum image na dvou evropských trzích to u mladé generace. V logické struktuře práce shledávám některé nesrovnalosti. prvou je zařazení kapitoly č. 4 o značce Craft do teorie. Autorka si není vědoma, že nejde o teorii oboru, ale aplikace teorie značky na konkrétní firmu. Dále autorka již v názvu práce mluví o srovnání image, logicky by se tedy nabízelo, že používá metodu komparace, o které však v práci není zmínka. Ve členění dotazníku není zřejmé, zda respondenti, kteří nevlastní výrobek značky Craft, pokračují ve výzkumu. Zároveň otázka č.12 se mi zdá pro respondenty nesrozumitelná v této obecné poloze.

## Připomínky:

- 1) s.11 – špatná formulace cíle, cílem výzkumu nemůže být shromáždění dat
- 2) v práci s literaturou postrádám vlastní komentáře
- 3) s. 26 – kap. 4 historie a charakteristika značky Craft nepatří do teorie marketingu, je to už aplikovaná část výzkumu, analytická část
- 4) s. 38 – kap. 5.4.2. – autorka neuvádí jaký způsob výběru vzorku byl použit v konkrétním případě výzkumu v oboru zemích, to se dozvíme až v diskusi

5) zařazení předpokladů výzkumu je z hlediska výzkumné práce naprosto neobvyklé, nechápu, proč se autorka vyhnula tímto způsobem stanovení hypotéz, tady se projevuje erudice výzkumníka v tom, že umí postavit hypotézy tak, aby je bylo možné potvrdit nebo vyvrátit

**Otázky k obhajobě:**

1) Na základě čeho jste stanovila vlastnosti značky Craft u otázky č. 13, znáte nějaké české nebo zahraniční výzkumy značek a jaké vlastnosti image se zde posuzovaly?

2) Co znamená validita výzkumu a jakými způsoby se zajišťuje?

**Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře**

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

V Praze dne 5.5. 2012

.....  
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.