

# POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Filip Nešněra

Název práce: Marketingový výzkum hodnoty značky Adidas na trhu s fotbalovými pomůckami

Cíl práce: Zjistit vnímání značky hráči (a spotřebiteli), identifikovat postavení značky a navrhnout opatření pro zvýšení její hodnoty

## **Celková náročnost práce:**

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

## **Praktická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

## **Hodnocení:**

Práce je vcelku dlouhá a na úroveň bakalářské práce povedená.

Cíle a úkoly práce jsou v dané části spíše špatně definovány, v abstraktu lépe.

V teoretické části mohly být nějaké myšlenky a tvrzení lépe rozvinuty a-nebo okomentovány.

Autor občas dělá chyby v uvádění zdrojů.

Průzkum byl proveden celkem dobře až na malé nedostatky.

Autor občas používá starší verze slov či částečně zastaralé výrazy („impulsem“ s. 16, „representovaly“ s. 37, „interesanční“ s. 63). Práci to do jisté míry dodává na půvabu, je však otázkou, zda jsou tyto tvary ještě stále správné.

U zdroje 15 chybí datum citace.

Příloha (historie značky Adidas) je bez zdroje(zdrojů).

## **Připomínky:**

Úvod měl být delší.

V úvodu chybí odkazy.

U některých přímých citací je kurzíva, jinde ne; podobně u čísla stránky – působí to nejednotně (např. na s. 10).

Podobně na s. 11 není jasné, zda se u vyjmenování prvků značky (odrážky) jedná o přímou citaci či nikoliv (číslo strany, ale chybí uvozovky).

Stejně i na s. 20.

U některých převzatých informací chybí zdroj, ač se velmi pravděpodobně jedná o nepřímou citaci. Tak je tomu například u prvků značky (s. 10-11).

Obr. 1 na s. 14 není popsán y vysvětlen ani na něj není odkaz, není tedy jasný důvod jeho použití pro práci.

Stejně je tomu u obr. 2 na s. 20.

Na konci strany 15 a na začátku následující strany chybí odkazy na zdroje informací.

Je pravděpodobné, že některé odrážky jsou přímou citací, ač nejsou použity uvozovky (např. na s. 17-18 a 18-19).

Na obr. 3 již je odkaz v textu, mohl však být trochu vysvětlený či okomentovaný.

Zamazalová (2010, viz s. 28) je správně Zamazalová a kol., jak je správně v seznamu zdrojů.

V části metodologie jsou některé informace bez odkazů (např. odrážky na s. 30 nebo na s. 34-35).

Ve stejné části není popsáno, jak byly popsány metody využity, což snižuje její hodnotu. Autor toto popisuje v následující části, což je v pořádku, ale mohl na tuto skutečnost upozornit v metodologické části.

Informace o firmě/značce na s. 43 je bez uvedení zdroje.

Autor vynechal možnost, že respondent používá zboží značky Adidas, protože ji používá jeho klub nebo je jeho klub jí sponzorován.

V diskusi na s. 63 není jasné, zda autor myslí 10 % žen nebo 10 ze 14 % respondentů. Které tvořily ženy (tedy zhruba 70 % žen, což je pravděpodobnější). Možná bylo lepší použít absolutní četnosti.

Některá doporučení nejsou dobře podložena či není jasné, jak k nim autor přišel (s. 66-67).

### **Otázky k obhajobě:**

Na s. 45 a následujících uvádíte průměrné pořadí se třemi místy za desetinnou čárkou. Proč byla použita taková přesnost, považujete to za významné?

Na s. 46 respondenti uvádějí vlastnictví zboží značek, které neuváděli mezi značkami, které znají. Jak byste to vysvětlil?

### **Práce je doporučena k obhajobě.**

### **Navržený klasifikační stupeň: Velmi dobře**

Dne 8. září 2014

.....  
Mgr. Jan Procházka