

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Martina Žáková

Název práce: Image a povědomí značky Snowbear v Hradci Králové

Cíl práce: Hlavním cílem diplomové práce je identifikovat image a podvědomí značky Snowbear v Hradci Králové a navrhnout jejich zlepšení.

Jméno vedoucího: PhDr. Vladimír Janák, CSc.

Zaměstnavatel a funkce vedoucího: FTVS UK, asistent

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Diplomantka si velmi samostatně a aktivně zvolila téma, které má přímý praktický dopad pro firmu, ve které působí. Pracovala velmi samostatně a v dostatečné míře také chodila na konzultace, což svědčí o zodpovědném přístupu. V teoretické části autorka prokázala velmi dobrou orientaci v literatuře spojené s tématem. Výběr literatury je dostatečně široký. Martina také prokázala velmi dobrou schopnost správně literaturu citovat a logicky skloubit různé pohledy na danou problematiku. V teoretické části se také objevují vlastní stanoviska a zpracování zdrojů např. na s. 30, mohlo jich ale být více. Celkově je však teorii věnováno poněkud více prostoru, než bylo nutné. Zejména některé pasáže věnované metodologickým východiskům se zdají nadbytečné. Cíle a úkoly práce jsou jasně a přehledně stanovené. Vlastní výzkum byl proveden velmi svědomitě. Metodologicky byl použit obvyklý dotazník, v jehož

rámci se objevila poměrně nová metoda zjišťování osobnosti značky (dle Geuense, Weijterse a De Wulfa), což oceňuji. Výsledky byly zpracovány a interpretovány velmi solidně, se smyslem pro detail. Např. na s.65 autorka přiznává, že způsob chápání funkčnosti produktu firmy by bylo třeba zjistit dalšími rozhovory, které v rámci DP nebyly realizovány. Interpretace dat byla dost podrobná a adekvátní cílům práce. Diskuse mohla být rozsáhlejší. Příloha je na úrovni a ukazuje nejen dotazník, ale i několik zdařilých snímků, ozřejmujících dobrou atmosféru a činnost firmy. Svým rozsahem práce překračuje požadavky, s výhradou k nadbytečným mezerám mezi odstavci a kapitolami (viz připomínky). Práce je přínosná zejména z pohledu firmy Snowbear a mohla by i napomoci zavést na trh dosud neexistující „sněžné pivo“.

Připomínky kromě výše uvedených:

1. Je otázka, zda loga značky jsou „vlastním grafickým zpracováním“. Jsou snad produktem autorky? (str. 45)
2. Mezi odstavci jsou v textu větší mezery, což nebylo vzhledem k dostatečnému rozsahu práce nutné.
3. Ve výsledkové části by možná bylo přehlednější, kdyby prezentace grafů a výsledků předcházela interpretaci.
4. Autorka se nevyvarovala ojedinělých nepřesností ve formulacích (např. s. 81 „Leč má firma...“), což však považuji za marginální
5. Doporučení jsou psaná slohovou formou. Byl by vhodnější přehlednější seznam v bodech.
6. I když část diskuse obsahuje i interpretační pasáže u jednotlivých otázek, mohla být diskuse obsáhlejší.

Otázky k obhajobě:

1. Vyplatí se podle vás rodinné pasy, když se pomocí nich dozvídá o firmě jen 6% dotázaných? Tedy stejně jako náhodných chodců a cestujících na Pospíšilově třídě?
2. Pokuste se porovnat výhody nevýhody vnímání osobnosti značky jako neagresivní. Vysvětlení že nemá konkurenci a nepotřebuje být agresivní považuji za zpochybnitelné (s.71) V čem by to mohla být výhoda?

Práce je doporučena k obhajobě.

Práce svým rozsahem i obsahem splňuje nároky, kladené na práci diplomovou. Doporučuji ji k obhájení.

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

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

V Praze dne: 30. 4. 2015

PhDr. Vladimír Janák, CSc.