

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Petra Procházková

Název práce: Marketingový výzkum image sportovní značky ASICS

Cíl práce: identifikovat současnou image značky ASICS z pohledu českých spotřebitelů běžeckého sortimentu.

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	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – Předložená bakalářská práce splňuje stanovený cíl. Studentka prokázala schopnost navrhnout, naplánovat a realizovat marketingový výzkum na adekvátní úrovni bakalářského studia. Využila k tomu správné a relevantní metody. Zpracované návrhy pro značku Asics, jakožto jeden z dílčích úkolů, jsou spíše obecného charakteru a jsou stručně zpracovány v závěru. Tato část by si zasloužila větší pozornost a podrobnější zpracování.
- Samostatnost při zpracování tématu – studentka pracovala samostatně, svědomitě, pravidelně konzultovala s vedoucím práce.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická, odpovídá zvolenému tématu a charakteru práce. Nedostatek vidím v absenci samostatné kapitoly, věnující se návrhům pro značku Asics.
- Práce s literaturou – Práce využívá celkem 23 zdrojů, z toho 5 zahraničních, čímž splňuje požadavky na bakalářskou práci. Teoretická část práce obsahuje základní východiska pro zkoumanou oblast, tedy image značky. Studentka správně a věcně cituje, doplňuje vlastní komentář. Zpracovaná rešerše poskytuje standardní a průměrné informace, vycházející ze snadno dostupných zdrojů. Zde tedy vidím rezervu v absenci zpracování aktuálních světových výstupů o image značky a jejího měření.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní vzhledem ke stanovenému tématu. Na úrovni bakalářské práce jsou zpracovány na adekvátní úrovni.
- Hloubka tematické analýzy – provedený marketingový výzkum je zpracován pečlivě se všemi náležitostmi. Analýza a interpretace dat je adekvátní. Zvláště interpretace dat je v pořádku, jelikož nejde pouze o popis grafů, ale studentka se také zamýšlí nad možnými příčinami. Rezervy však vidím v analýze dat u otázky č. 3 (viz níže připomínky) a dále ve skutečnosti, že návrhy pro společnost Asics (což je jedním z úkolů práce) jsou uvedeny až v závěru a jsou spíše obecného charakteru. Mohly by být v samostatné kapitole a konkrétnější.

- g) Úprava práce – práce obsahuje občasně formální nedostatky ve zpracování textu – viz níže připomínky.
- h) Stylistická úroveň – stylistika zpracovaného textu je v pořádku, odpovídá úrovni bakalářské práce. Občas se však v práci vyskytují výrazy, které nejsou příliš vhodné pro akademickou práci – viz níže připomínky.

Připomínky:

Str. 14 – nesprávně uvedený odkaz na zdroj: „...též podle Kotlera, Kellera, 2007:“

Str. 19 – chybějící řádný odkaz na zdroj citace, i když je již jméno použito i řádně odcitováno, v případě dalšího použití je třeba znovu uvádět odkaz ve správném formátu – Bennet (1988).

Str. 21, 22 – chybějící řádné odkazy na zdroje – Keller, Příbová

Obrázek 6 – překlep – „anlýza dat“

Str. 36 – pravopisná chyba – „...tak aby odpovědi dokázali vhodně zodpovědět položené otázky ...“

Str. 38 – předložka navíc – „K definování souboru respondentů je zapotřebí se nejprve vyhodnotit následující ...“

V akademické práci není vhodné používat hovorové výrazy, jako např. na str. 40 – „zlepšení kondičky“, nebo na str. 59 – „...za velikány jako je Adidas a Nike ...“

Str. 42 – nelogická věta – „Pro důležitost „top mind efektu“, neboli první značky, kterou si zákazník běžického sortimentu vybaví.“

Str. 42 – nesprávné skloňování – „...že v 2. a 3. pozici se proměnili místa na prvních příčkách.“

Str. 43 – zbytečně vynechané prázdné místo na stránce

Analýza otázky č. 3 na str. 46 a 47 je velmi stručná, dalo by se využít kvalitnější statistické metody pro podrobnější analýzu.

Str. 58 – překlep – „mnohou“

Str. 61 – překlep – „V budoucnu by vylo tedy ...“

Práce je doporučena k obhajobě.

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

V Praze dne 11.9.2016

.....
Mgr. Josef Voráček