

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Šebková Natálie

Název práce: Komunikační strategie značky ODIVI

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Pracoviště: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, IKSŽ

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	1
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	3

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Diplomantka si jako téma své bakalářské práce zvolila českou módní značku Odivi a její subbrandu Sobje a Messyhairlife. Prostřednictvím analýzy marketingové komunikace si klade za cíl vytvořit konkrétní doporučení pro dané značky. V teoretické části postupuje strukturovaně a snaží se postihnout důležitý kontext tématu, avšak ve značné míře jsou tyto části pouze opakováním učebnic bez zjevného přínosu k cíli práce.

Diplomantka si klade tři výzkumné otázky, avšak postupuje deskripcí jednotlivých marketingově-komunikačních kanálů. Tato metoda jí neumožňuje jít do hloubky, popisované slabé stránky nejsou podloženy ničím jiným, než osobním dojmem či zkušeností autorky, kterou však nelze nijak ověřit. Ve SWOT analýze se soustředí primárně na využívání jednotlivých kanálů (nepravidelná aktualizace, necelistvá nabídka apod.), avšak zapomíná na jejich obsah a celkové směřování značky v kontextu vývoje trhu (vzestup konkurence, změna módního stylu, vyčerpání hodnot značky apod.).

Uvedené odpovědi na výzkumné otázky nepřinášejí téměř žádnou kritickou reflexi, která by postihovala širší kontext a přinášela náměty k definování silné značky. Autorka pouze konstatuje, že značka je úspěšná, aniž by to jakkoliv prokázala například na zásahu trhu, vzestupu počtu zákazníků či obratu, komparativní analýzou konkurence nebo alespoň prezentací v redakčních mediálních textech. Její doporučení se zaměřují na operativu, která z hlediska bakalářské práce nemá žádný význam (dokončení kolekce a její nafocení). Jako inspirativní lze vnímat alespoň náhradu využívaného Jakuba Stracha, avšak diplomantka nezdůvodňuje kým (a proč by se měla pánská móda oddělit).

Lze konstatovat, že diplomantka naplnila požadované nároky na bakalářskou práci - zvolila si vlastní téma, postupuje strukturovaně, využívá literatury a klade si výzkumné otázky. V teoretické části však nadbytečně opakuje obecné zákonitosti, které se nevztahují k úzce vymezené analýze jedné značky. Ubírá tím prostor i energii věnovanou analytické části, která je nedostatečně podložená, argumentovaná a téměř postrádá kritickou reflexi. Pokud chtěla diplomantka přispět ve své akademické práci k dalšímu rozvoji značky, měla se zaměřit na analýzu konkurence, predikci spotřebitelských trendů, identifikovat možné další rozšíření zákaznického okruhu značky a přesně definovat její vize, mise a identitu.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Kdo je podle vás největší konkurencí, která ohrožuje značku Odivi?
5.2	Na základě jakých parametrů jste definovala úspěšnost značky?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 2. června 2017

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF/A nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!