

# POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta/studentky:** Dominik Veselka

**Název práce:** Strategie budování značky vyrábějící surfová prkna

**Cíl práce:** vyhledání „bílého místa“ na trhu se surfovými prkny a vytvoření produktu, respektive značky, která by toto místo mohla zaplnit.

## **Celková náročnost práce:**

podprůměrná      průměrná      **nadprůměrná**      (zvýrazněte)

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

výborně      -      velmi dobře      -      dobře      -      nevyhovující      (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Pravopis a stylistika	Dobře

## **Praktická či teoretická využitelnost zpracování:**

podprůměrná      průměrná      **nadprůměrná**      (zvýrazněte)

### **Hodnocení práce:**

Stupeň splnění cíle práce – předložená bakalářská práce poskytuje velmi zajímavý a originální materiál v oblasti budování nové značky surfových prken. Jedná se o moderní sportovní odvětví, mající v České republice zajímavý potenciál. Celkově práce splňuje stanovený cíl, je zpracována kvalitně na adekvátní úrovni. Celkovou kvalitu však snižují některé formální nedostatky ve zpracování textu – viz níže dílčí hodnocení a připomínky. Práci doporučuji k obhajobě.

Samostatnost při zpracování tématu – student pracoval samostatně, svědomitě, pravidelně konzultoval s vedoucím práce.

Logická stavba práce – struktura práce je celkem jasná a logická. Nicméně není vhodné až příliš podrobné členění kapitol do dílčích podkapitol, které pak obsahují velmi krátké texty a málo informací.

Práce s literaturou – práce využívá celkem 48 zdrojů, z toho 37 zahraničních, čímž vysoce převyšuje požadavky, stanovené pro bakalářskou práci. Teoretická část poskytuje zajímavou rešerši v oblasti branding a surfingu, resp. surfových prken. Autor správně a věcně cituje, doplňuje vlastní komentář. Teoretické obecné poznatky se občas snaží modifikovat pro oblast surfování. Velmi kladně hodnotím použití zahraničních zdrojů zejména z oblasti vědeckých časopisů.

Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní vzhledem ke zvolenému tématu. Autor zvolil zejména sekundární výzkum, což se na základě popsání skutečností jeví jako nejvhodnější způsob. Pozitivně hodnotím metodiku zpracování pozičních map a vlastní celou analýzu trhu a konkurence.

Hloubka tematické analýzy – zpracované analýzy i návrhy jsou velmi pečlivé, konkrétní a jasné. Autor velmi pěkně popisuje situaci na trhu surfových prken, zpracování poziční mapy a analýzy konkurence je také v pořádku. To poskytuje dobrý podklad pro tvorbu nových prvků značky a popis nového stěžejního produktu. Návrhy jsou z mého pohledu velmi zdařilé a dokáží přehledně čtenáře seznámit

s novou značkou a produktem. Kapitola diskuze je zpracována kvalitně na úrovni bakalářské práce. Podobně i závěr, který však částečně obsahuje zbytečné a nežádoucí informace – viz níže připomínky.

Úprava práce – práce obsahuje občasné překlepy - viz níže připomínky, nicméně nejedná se o nějaký výrazný nedostatek.

Pravopis a stylistika – práce obsahuje celou řadu pravopisných chyb – viz níže připomínky. Stylistika je v pořádku a plně odpovídá akademické závěrečné práci.

### **Připomínky:**

Abstrakt – v části „Výsledky“ by měly být již konkrétní výsledky a zjištěné skutečnosti, nikoliv jen popis toho, co bylo uděláno.

Obsah – nadpisy kapitoly 6 a 7 nejsou formátovány jako velká písmena tak, jak tomu je u ostatních nadpisů první úrovně.

Str. 10 – překlep – „Globálním problémem surfového průmyslu ...“

Str. 14 – překlepy – „Strategického řízení značky lze dále podle Kotlera a Kellera (2013) definovat ve čtyřech hlavních krocích:“; „Pánování a implementace marketingu značky“

Pozor na používání slova „podvědomí“ a „povědomí“, v práci je to někdy zaměňováno.

Str. 20 – chybí řádný odkaz na zdroj – „... ve svém článku potvrzují Smithovu teorii.“

Str. 20 – překlepy – „Jedná s tedy možnost vybrat si jméno ...“; „Při správně volbě prvků ...“

Str. 28 – pravopisná chyba – „Jak uvádí Kenvin (2014) Tvarů surfových prken je několik.“

Str. 32 – překlep – „Ten provedla společností ...“

Str. 32 – pravopisná chyba – „Z hlediska nejvýznamnějších firem na trhu a podílu na celkovém prodeji surfových prken se na prvních příčkách umístili Channel Islands Surfboards, Superbrand, Slater Designs, Firewire Surfboards, Lost nebo JS Industries.“

Kapitolu 4.2 je zbytečné rozdělovat na tak krátké podkapitoly.

Str. 46 – pravopisná chyba – „Parametry, které se na pohled jeví jako velmi výkonné (př. Úzká špička a patka, výrazné prohnutí, atd.), by mohli tohoto zákazníka odradit.“

Str. 53 – překlep v nadpisu!!! – „5.7 Positioning nové značka“

Autor používá často pro označení sportovců slovo „atlet“, což spíše vychází z nepřesného překladu z anglického slova „athlete“. To však znamená celkově „sportovec“, nikoliv jen „atlet“. Zejména u surfařů nevím, zda je správné hovořit o „atletech“ bez ohledu na fyzickou kondici, apod.

Str. 54 – překlepy – „Tento případ je ideální reklamou, která se šíří praktici zdarma“

Str. 55 – překlep – „Pokud se podaří se značkou propojit osobnost, která bude v soutěžích úspěšná, zákazníci budou považovat jeho surf jako jeden z faktorů úspěšnosti.“

Str. 55 – pravopisná chyba – „... surfů vyvolá v zákaznickovy silné emoce ...“

Str. 63 – pravopisná chyba – „Autoři, jejichž názory jsou prezentované v teoretické části, uvedly ...“

Str. 64 – překlep – „... mobilní verze webu.“

Závěr zčásti obsahuje rekapitulaci struktury práce, to však nepatří do této kapitoly. K tomu slouží již „obsah“.

Seznam literatury obsahuje drobné formální nedostatky.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Uved'te konkrétní příklady a charakteristiku surfařů (takových, kde bude jejich osobnost korespondovat s navrhovanou image a hodnotou značky), kteří by se mohli stát tváří, resp. sponzorovaným sportovcem navrhované značky.

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

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 30.4.2018

.....  
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.