

## Hodnocení oponenta diplomové práce

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Jméno a příjmení studenta | <b>Bc. Jitka DVORSKÁ, DiS.</b>                            |
| Studijní program          | <b>Mediální a komunikační studia</b>                      |
| Obor studia/ateliér       | <b>Marketingové komunikace</b>                            |
| Forma studia              | <b>kombinovaná</b>  |
| Akademický rok            | <b>2009/2010</b>  |
| Název práce               | <b>Komunikační strategie značky Illy na trhu B2C v ČR</b> |
| Oponent práce             | <b>Mgr. Petr Podlešák, Ph. D.</b>                         |

|                          | Hodnocený parametr                          | Váha        | Hodnocení |
|--------------------------|---|-------------|-----------|
| 1                        | Aktuálnost a náročnost tématu               | 10          | <b>b</b>  |
| 2                        | Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce | 10          | <b>b</b>  |
| 3                        | Přístup ke konzultacím                      | 15          |           |
| 4                        | Samostatnost při zpracování                 | 10          |           |
| 5                        | Formulace cílů a hypotéz práce              | 15          | <b>c</b>  |
| 6                        | Splnění cíle práce a ověření hypotéz        | 20          | <b>b</b>  |
| 7                        | Metodologická kvalita postupu               | 20          | <b>c</b>  |
| 8                        | Struktura a logika textu                    | 25          | <b>c</b>  |
| 9                        | Úroveň teoretické části práce               | 25          | <b>b</b>  |
| 10                       | Adekvátnost použitých zdrojů                | 15          | <b>b</b>  |
| 11                       | Práce se zdroji v textu                     | 25          | <b>c</b>  |
| 12                       | Úroveň analytické části práce               | 25          | <b>c</b>  |
| 13                       | Úroveň projektové části práce               | 25          | <b>b</b>  |
| 14                       | Využitelnost navrhovaných řešení            | 15          | <b>b</b>  |
| 15                       | Inovativnost a kreativita zpracování        | 15          | <b>b</b>  |
| 16                       | Jazyková úroveň práce                       | 10          | <b>b</b>  |
| 17                       | Formální úroveň práce                       | 10          | <b>d</b>  |
| <b>Celkové hodnocení</b> |   | <b>1,52</b> | <b>C</b>  |

### **Připomínky k textu:**

Zbytečně velký prostor je věnovaný popisu značky na začátku praktické části. Ačkoliv autorka tvrdí, že veškeré informace v kapitole uvedené se dají použít k budování značky, ve zbytku textu je již nepoužívá.

Online dotazník nebere v potaz instantní kávu, ačkoliv se jako jeden z hlavních konkurentů ukázala značka Nescafé. Toto by usnadnila ukázka dotazníku v příloze, a ne pouze otázky přímo s vyhodnocením. Text v praktické části kombinuje v některých kapitolách (7.1.3, 7.1.4 a 10) údaje pro teoretickou a praktickou část zároveň. SWOT analýza není komentovaná; celkově praktické části chybí shrnutí, které by bylo použité v části projektové.

Praktická část obsahuje návrhy na tři způsoby komunikace značky. Nedohledal jsem však, zda se jedná přímo o návrhy autorky, firmy či agentury, která ji pro značku připravuje.

Formálně práce postrádá zdrojování u obrázků, grafů a tabulek. Zdroje v textu jsou uvedeny neobvykle pomocí kombinace odkazu pod čarou a číselného označení. Zcela neúplné jsou odkazy na internetové zdroje.

### **Otázky k obhajobě:**

- 1) Z jakého zdroje pochází obr. 2?
- 2) Název pro kampaň „Mobilní kavárna for business people“ kombinuje češtinu a angličtinu záměrně?
- 3) V kampani pro launch kávovaru FrancisFrancisX7 navrhujete také product placement. Z jaké teorie vycházíte, neboť toto není jeho klasické použití (výrobek umístěný do uměleckého díla).

Ve Zlíně dne 6. května 2010

.....  
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01