

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Zuzana Blašková
Název práce	Historický vývoj značky IKEA
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Josef Kocourek

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	B
2 Nastavení cílů a metod práce	30	B
3 Úroveň teoretické části práce	50	C
4 Úroveň analytické části práce	50	C
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	B
7 Struktura a logika textu	40	B
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	B
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	C
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	B
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,48	B

Připomínky a hodnocení práce:

Teoretická část je zpracována dobře, chybí více komparace odborných zdrojů a shrnutí teoretických východisek. Chybí také kapitola o marketingovém výzkumu, který je v praktické části realizován. Výzkumná otázka je položena špatně, dá se na ni odpovědět ANO/NE. U dotazníkového šetření není uvedeno, kdy a jak zkoumání probíhalo, autorka grafy pouze přepokopírovala z vyplnto.cz, což nevypadá moc profesionálně. V některých místech je text zbytečně zdouhavý, např. vyhodnocení sémantického diferenciálu je vyhodnoceno zbytečně podrobně. V textu chybí vysvětlení návaznosti obou realizovaných výzkumů, což je dost podstatný nedostatek. Celkově by práci prospělo zaměřit se na podstatu práce a tím i snížit vysoký celkový rozsah.

Otázky k obhajobě:

1. Z analýzy bylo zjištěno, že 100 % respondentů zná značku IKEA. Nebylo to také způsobeno tím, že v názvu výzkumu na vyplnto.cz bylo jméno značky? Pokud ano, jak by autorka podložila relevanci dat?
2. Z výsledků vyplynulo, že 37 % respondentů má IKEU spojenou s restaurací. Co si o tomto zjištění autorka myslí i v souvislosti s koňskými masovými kuličkami? Jaký vliv měla tato kauza na značku?
3. Jsou benefity věrnostní karty IKEA dobře nastavené a pro zákazníky výhodné?

Ve Zlíně dne 6. 5. 2013

Podpis: