

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Eva Ryšavá	
Název práce	Využití marketingové komunikaci při budování značky Zámecké vinařství Bzenec	
Autor posudku	prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.	2024/25

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	c
5 Úroveň projektové části práce	50	c
6 Splnění cíle práce	60	b
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	c
Výsledné hodnocení	1,54	C

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

- Diplomová práce prináša prakticky využiteľné poznatky a návrhy v podmienkach vybraného podnikateľského subjektu, resp. jeho značky.
- Sympaticky vyznievajú snahy o komplexné spracovanie skúmanej problematiky v previazanosti na špecifiká odvetvia vinárstva, i keď niektoré prezentované skutočnosti sú nie vždy aktuálne, čo však bolo spôsobené dostupnosťou zdrojov či konkrétnych dát.
- Metodika práce bola vhodne stanovaná, a to s využitím vybraných metód práce, relevantných vo vzťahu k cieľu diplomovej práce i výskumným otázkam. Celkový rozsah danej časti práce však mohol byť rozšírený a detailnejšie priblížený (viď. kapitola 6.2).
- V prípade primárneho kvantitatívneho výskumu boli definované i hypotézy, ktoré následne diplomantka verifikovala. Prirodzene, reflektovala i limity vyplývajúce z veľkosti a štruktúry respondentov.
- Projektová časť práce obsahuje celý rad inšpiratívnych návrhov, i keď nie sú vždy komplexne dopracované. Záverom práce mohol byť jednoznačne venovaný oveľa širší priestor.
- Menšie nedostatky týkajúce sa formátovania práce sú prijateľné, taktiež aj štylistické nepresnosti.

Systém na kontrolu plagiátorství (STAG UTB) identifikoval shodu 10%, nejvyšší míra podobnosti však byla v jednotlivých případech 1,5%. Vedoucí práce konstatuje, že práce není plagiát.

Ve Zlíně dne 8. 5. 2025

Podpis: Peter Štarchoň, v. r.