

Hodnocení oponenta bakalářské práce

| | | |
|----------------------|--|---------|
| Autor práce | Filip HÁJEK | |
| Název práce | Marketingová komunikace módní značky Represent | |
| Autor posudku | RNDr. Zuzana Wroblowská, Ph.D. | 2023/24 |

| Hodnocený parametr | Váha | Hodnocení |
|---|-------------|-----------|
| 1 Naplnění tématu a rozsah práce | 30 | b |
| 2 Nastavení cílů a metod práce | 40 | c |
| 3 Úroveň teoretické části práce | 50 | d |
| 4 Úroveň analytické části práce | 50 | d |
| 5 Úroveň projektové části práce | 50 | |
| 6 Splnění cíle práce | 60 | d |
| 7 Struktura a logika textu | 40 | b |
| 8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu | 40 | e |
| 9 Jazyková a formální úroveň práce | 30 | c |
| Výsledné hodnocení | 2,48 | D |

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

- Autor práce naplnil zadání, práce má předepsaný rozsah.
- K celé řadě hodnocených oblastí mám výhrady a připojuji své komentáře:
- Teoretická část je slabou stránkou práce. Jen zřídka se jedná o parafrázovaný text. Relevantnost a aktuálnost zdrojů snižuje mé hodnocení rešerše. Autor nedodrží Harvardský styl, viz opakované odkazování na zdroj Cooper (2020), přičemž v seznamu záznamů je Cooper John a Peter Lane z roku 1999 s chybným ISBN kódem. Dále uvádí v textu odkaz na Hewarda s Heronem, které není možné dohledat v seznamu bibliografie.
- Další identifikovanou chybou, viz str. 20, je zdroj (Macarthy, 2018), který je v seznamu již zapsán správně jako McCarthy, nicméně jeho dílo je z roku 1995, a tudíž nemůže pojednávat o Instagramu. Autor na sebe přijal plnou odpovědnost za práci AI ve svém prohlášení. Inovativní přístup oceňuji, avšak bylo na autorovi s výstupem AI důsledně a pečlivě pracovat. Práci se zdroji hodnotím E.
- Namítám i hloubku provedené rešerše, např. v kap. 3, která je pro naplnění cíle práce klíčová. Kapitola není systematická, nevychází z klíčových zdrojů, m.j. z Aakera a Kellera.
- V metodice práce postrádám část vysvětlující volbu metody výběru respondentů.
- Praktická část svým charakterem a použitými zdroji má rysy kompilátu nikoliv autorské analýzy. Pokryt vlastním analytickým postupem oblast, která je analyzována např. v kap. 7.4, bylo v silách autora.
- V kapitole věnované výzkumu postrádám plán výzkumu.
- Svá zjištění z vlastního výzkumu, autor generalizuje, což je v rozporu s volbou metody a způsobem operacionalizace získaných dat.
- Toto hodnocení postupu autora práce promítám i do hodnocení splnění cíle práce.
- Ve formulaci doporučení je autor vágní a co se týká závěrečného kreativního návrhu, namítám, že není zřejmé, čím je podložen.
- Chybami gramatickými i stylistickými, a výskytem některých obrázků v teoretické části, které jsou na hranici čitelnosti, odůvodňuji hodnocení posledního kritéria.

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

Otázky k obhajobě:

- Co rozumíte pod pojmem „esence značky“?
- Jaký byl Váš postup sestavení vzorku respondentů? Vysvětlete konkrétně pro segment „potencionální zákazníci“.
- Jak jste s respondenty ověřoval funkčnost webu a jak konkrétně by navigace na webu měla být modifikována?

Ve Zlíně dne 27. dubna 2024

Podpis:

RNDr. Zuzana Wroblowská, Ph.D.