Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	**Bc. Iveta Kadlčková**
Studijní program	**Mediální a komunikační studia**
Obor studia/ateliér	**Marketingové komunikace**
Forma studia	**prezenční**
Akademický rok	**2009/2010**
Název práce	**Franchising pod světovou značkou**
oponent práce	**PhDr. Zdeněk Křížek**

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	**c**
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	**f**
3	Přístup ke konzultacím	15	
4	Samostatnost při zpracování	10	
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	**b**
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	**e**
7	Metodologická kvalita postupu	20	**d**
8	Struktura a logika textu	25	**e**
9	Úroveň teoretické části práce	25	**c**
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	**c**
11	Práce se zdroji v textu	25	**d**
12	Úroveň analytické části práce	25	**e**
13	Úroveň projektové části práce	25	**e**
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	**e**
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	**e**
16	Jazyková úroveň práce	10	**b**
17	Formální úroveň práce	10	**e**
	Celkové hodnocení	**2,31**	**D**

Připomínky a hodnocení práce:

Práce vykazuje celou řadu metodických, obsahových i formálních nedostatků.

Problémem může být už samotný rozsah práce. Počet stránek je malý (53 stran včetně Úvodu a Závěru), navíc řada stránek má jen několik řádků textu.

Z hlediska celkové struktury je práce velmi nevyvážená. Dvě třetiny textu jsou věnovány části teoretické. Praktická část začíná až na straně 43 z celkového počtu 61 stran (bez Závěru). Analýza a projekt jsou tak z hlediska struktury a rozsahu výrazně podceněny. Obávám se tedy, že v bodě 2 hodnocení (v tabulce nahoře) je práce nevyhovující.

Formulace cílů a hypotéz jsou v zásadě v pořádku.

To však již nelze říci o splnění cíle. Téma franchisingu se z textu často zcela vytrácí a pojednání tak má pouze obecný charakter.

Analytická část je popisná, autorka nejde do hloubky problému. Někde se spokojuje s uváděním popisných údajů (str. 51 – 53), tabulek a grafů, aniž by je doplnila vysvětlující legendou.

V projektové části zprvu jako by pokračovala analýza. Vlastní projektová část tak zaujímá pouze jednu (necelou) stranu text (str. 61). Navíc je pouhým souhrnem dílčích doporučení, nikoliv uceleným projektem (na takto omezené ploše jím ani být nemůže). Větší využití výsledků průzkumu jak v analytické, tak v projektové části by bylo práci výrazně prospělo (viz též otázka č. 3).

S výjimkou několika doslovných citací chybí v textu odkazy na zdroje. (Je třeba odkazovat i to, co není doslovnou citací, je-li takový údaj přebírán z jiných zdrojů, než je vlastní výzkum autorky).

Vcelku dobrá je jazyková úroveň práce.

Otázky k obhajobě:

1. Výhody a nevýhody franchisingu jsou poměrně dobře popsány v teoretické části. Bohužel z části analytické a projektové se toto téma poněkud vytrácí ve prospěch obecných úvah o marketingovém prostředí. Mohla by autorka pojednat o tom, jakým způsobem se franchising konkrétně uplatňuje v případě analyzované firmy, a to ve svých kladných i negativních aspektech?
2. Proč autorka zvolila pro svůj průzkum formu dotazníkového šetření?
3. Proč jsou výsledky tohoto průzkumu zařazeny do přílohy? Pokud by totiž autorka s výsledky průzkumu více pracovala ve vlastním textu (ve smyslu jejich skutečné analýzy a následného využití v projektu), mohla by práce nabýt ucelenější podoby a bylo by bývalo možné předejít mnohým výtkám.

Ve Zlíně dne 7. 5. 2010

Podpis hodnotitele práce