

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Marcel Trnka
Název práce	Marketingové komunikace při zavádění nové značky kávy na český trh
Obor/forma studia	MK KS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Ing. Lenka Harantová

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	d
2 Nastavení cílů a metod práce	30	d
3 Úroveň teoretické části práce	50	e
4 Úroveň analytické části práce	50	d
5 Úroveň projektové části práce	50	d
6 Splnění cíle práce	60	d
7 Struktura a logika textu	40	c
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	f
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	c
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	e
Návrh hodnocení dle váženého průměru	2,98	E

Připomínky a hodnocení práce:

Po formální stránce obsahuje práce velké množství chyb. Na úvodní straně práce je uveden rok 2012 místo 2013. V obsahu práce se před úvod dostala klíčová slova v AJ. Úvod není zarovnan do bloku a je psán v první osobě. Nejsou uvedeny zdroje u popisu obrázků. Seznam použité literatury je psán jinou velikostí písma a bibliografická citace zdrojů obsahuje formální chyby. Hypotézy položené v úvodu práce jsou svým zněním výzkumné otázky. Teoretická část práce je velmi svérázná. Na str. 39 je například uvedeno, že je možno získat data z USA-CIA. Autor zde popisuje historii a produktovou skladbu dané kávy, která svou povahou spadá do části analytické. Autor používá omezené množství literatury, přičemž nepoužil 4 z 5ti knih ze zásad DP. Teoretická část nesplňuje požadavky, které jsou na tento druh kvalifikační práce kladeny. Jsou zde údaje, které spadají do části analytické, a tudíž chybí rešerše odborné literatury na dané téma. V tabulce 1 uvádí autor značně neaktuální data z roku 2008. Tabulka 2 není tabulkou, opět jsou zde neaktuální informace, a jelikož je práce psána v ČJ mohl autor jednoduché údaje přeložit (to stejné platí pro Tab 3 a 4). Ve slabých stránkách SWOT je uvedena legislativa (celní a zákonné podmínky) tyto faktory jsou vnější a firma je nemůže ovlivnit, tudíž se jedná o hrozbu. Příležitosti a hrozby obsahují další značné chyby. Například Logo (dobrá grafická identifikovatelnou) je uvedeno jak v silných stránkách, tak i příležitostech, přičemž jak je známo, daný faktor nemůže být zároveň vnitřní i vnější. V projektové části chybí časová a nákladová analýza, přičemž nákladová je dle charakteru druhé hypotézy velmi žádoucí.

Otázky k obhajobě:

Proč jste si pro srovnání v analytické části vybral právě Rakousko a Švýcarsko?
Kam v rámci SWOT zařadíte „logo – dobrou grafickou identifikovatelnost“?
Vyčíslete náklady projektu.

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

Ve Zlíně dne 10.5.2013

Podpis: