

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Adam Moczerniuk
Název práce	Využití poznatků olfaktorické v oblasti marketingové komunikace
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Ing. Radomila Soukalová, Ph.D.

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

Připomínky a hodnocení práce:

Název tématu předložené diplomové práce slibuje velmi zajímavé poznatky a ještě zajímavější analýzy. Celkově mohu konstatovat, že práce je zcela určitě inovativní a kreativní nejen svým obsahem, ale také přístupem k analýzám. Bohužel ihned v počátku vykazuje práce zásadní nedostatek, a to v absenci platného obsahu. Autor pravděpodobně ve spěchu neaktualizoval obsah a práce. Celkově formální i jazyková stránka práce je zatížena velkými nedostatky (citace zdrojů nejsou uváděny dle platné normy, některé věty v textu jsou neúplné apod).

I přes uvedené velké prohřešky je po obsahové stránce práce zajímavá. Teoretická rešerše využívá mnoha relevantních informačních zdrojů, které bohužel nejsou citovány dle platné normy. V praktické části autor prezentuje analýzy zaměřené na olfaktorické vlastnosti dvojic podobných produktů. Oceňuji kreativitu analýz, nicméně mohly být srozumitelněji interpretovány. I když autor upozorňuje na určitý podíl subjektivity, při hodnocení faktorů, přesto bych doporučila realizovat uvedené analýzy s větším počtem respondentů. V projektové části se autor pokusil navrhnout pachový rozměr konkrétní obuvi značka Baťa na základě provedených analýz. Projektový návrh není zpracován až do podoby návrhu na realizaci, neboť se jedná o návrhy, u kterých lze jen velmi obtížně odhadnout náklady. I přes tato omezení je projektová část dosti stručná a mohla být více rozpracována ve vztahu k marketingovým komunikacím. Nutno podotknout, že mnoho zásadních nedostatků mohlo být eliminováno častější a včasnou konzultací s vedoucím práce. Celkově práce působí sice komplexně, ale velmi ledabyle a nepozorně zpracovaná. I přes uvedené nedostatky práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Pokuste se popsat, jaká kritéria jste zvolil pro hodnocení značkového a neznačkového vjemu.

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



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

2. Jaké důvody Vás vedly k volbě konkrétního vzoru balerin Baťa?
3. Jak byste využil váš návrh pachového rozměru obuvi v komunikaci se zákazníkem?

Ve Zlíně dne 8. května 2013

Podpis: Radomila Soukalová