

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Vojtěch Kocák		
Název práce	Vývoj produktového konceptu jako součást marketingové strategie		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2020-2021
Autor posudku	RNDr. Zuzana Wroblowská, Ph.D.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
2 Nastavení cílů a metod práce	40	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,18	A

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Práce je přehledná a čtivě napsaná a vyřazuje z ní zájem autora o řešenou problematiku.
- Autor provedl rozsáhlou a kvalitní rešerši. V práci jsou použity mnohočetné, relevantní zdroje, včetně zahraničních. Zejména oceňuji zpracování kapitoly 1 a 2 teoretické části.
- Praktickou část shledávám jako silnou stránku. Obzvláště vyzdvihuji část věnovanou hodnocení konceptů produktu.

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Mám za to, že o úspěchu nového produktu na trhu rozhoduje celý marketingový mix, a o komunikaci v online prostředí a propracovanosti e-shopu autor téměř nepojednává, ač tyto prostředky mohou rozhodnout o tržním úspěchu nového produktu.
- V textu se občas vyskytují chybné odkazy na zdroje, např. opakovaně Armstrong et al. (2015).

Otázky k obhajobě:

- Jaké jsou výhody a nevýhody metody „focus group“ v provedení „face-to-face“ a v prostředí „on-line“?
- Jak (jakou metodou) byly vybírány respondentky v kvantitativním výzkum, ve kterém jste uplatnil metodu kontaktování CAWI?
- V čem spočívá riziko současného nabízení dražší a levnější varianty Spackage?

Ve Zlíně dne 3. 5. 2021

Podpis:

