

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Anna ŽIŠKOVÁ	
Název práce	Strategie budování osobní značky pro začínající podnikatele	
Autor posudku	RNDr. Zuzana Wroblowská, Ph.D.	2023/24

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

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

- Autorka práce naplnila zadání a prokázala zaujetí pro téma a obor studia.
- Mám za to, že uvedením námitek, komentářů a výhrad získá nejen hodnocení, ale také potřebnou zpětnou vazbu, která ji v budoucnu dovede k vyšší neoddiskutovatelné kvalitě:
- V teoretické části práce hodnotím metodologickou kapitolu jako výborně zpracovanou. V kapitolách 1-3 vidím několik nedostatků. Autorka až na výjimky nepředkládá v rámci jedné podkapitoly poznatky z různých zdrojů. Parafrázuje minimálně. V teoretické části postrádám základní informace o plánovacím procesu a jasné vymezení pojmů strategie podnikatelská, strategie marketingová a strategie marketingové komunikace.
- V analytické části autorka použila kvalitativní metodologii. Nízký počet respondentů jí umožňuje výstupy zpracovat formou souvislého textu. Ne vždy věcně správné interpretace mě vedou k položení části otázek oponenta.
- Doporučení nehodnotím jednoznačně kladně. Spornou kvalitu budu ilustrovat na konkrétním příkladu, kdy autorka zdůrazňuje, že doporučení pokrývají celý plánovací proces, až po hodnocení efektivity implementované strategie. V závěru kap. 5 na str. 62 přesto pouze apeluje: „pravidelně hodnotěte úspěšnost svých aktivit“.
- Autorka nevyužívá plně zdroje ani svůj tvůrčí potenciál, neboť v opačném případě by předložila konkrétní návrhy. Například by uvedla, jak často a s jakými nástroji má začínající podnikatel strategii, kterou přijal k budování své osobní značky, přezkoumávat.

Otázky k obhajobě:

- Co máte na mysli, když užíváte termín hloubka osobní značky? Z jakého zdroje vycházíte?
- Která ze strategií představených respondenty se nejvíce vymykala teoretickým poznatkům?
- Jaký je vztah mezi plánovacím procesem, strategií a klíčovými faktory úspěchu? Dokázala byste ho vizualizovat?

Ve Zlíně dne 27. dubna 2024

Podpis:

RNDr. Zuzana Wroblowská, Ph.D.

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