



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Tomáš BENÍŠEK

Název diplomové práce: Strategické řízení značky

Cíl práce: Na základě vyhodnocení marketingové komunikace a strategického řízení vybrané značky navrhnout vhodnou komunikační strategii.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Zuzana Švandová, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce		X		
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		X		
Hloubka provedené analýzy		X		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	X			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	X			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	X	X		
Formulování vlastních názorů diplomantem	X			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		X		
Stylistická úroveň práce		X		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací		X		
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací			X	

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. V DP porovnáváte výsledky svého dotazování s „...většími výzkumy, které byly v ČR prováděny“ (s.56). Uveďte, o jaké výzkumy se jedná a jak jejich výsledky korespondují s výsledky vašeho dotazování. Podobně doplňte, z jakých výzkumů vycházíte, když konstatujete, že „...značka je v myslích spotřebitelů hluboce zakořeněna“ (s.42).
2. Při obhajobě doplňte, jak odpovídá složení respondentů vašeho výzkumu vzhledem k celkové populaci dospělých v ČR, aby byla zřejmá vypovídací schopnost vašeho dotazování.

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

velmi dobře

Datum:2.6.2016.....

Podpis vedoucího diplomové práce





Diplomová práce se věnuje strategickému řízení značky Kofola a vnímání výše uvedené značky spotřebiteli.

Teoretická část práce popisuje pojmy související se značkou, její identitou a image, v samostatné kapitole je shrnuta teorie strategického řízení a komunikace značky. Tato část diplomové práce je zpracována odpovídajícím způsobem, pojmy jsou vysvětleny, s logickým propojením.

V praktické části diplomant představuje firmu Kofola Československo a.s., její produkty a detailněji se zabývá samotnou značkou Kofola a vybranou marketingovou kampaní této značky. Dále seznamuje s výsledky výzkumu vnímání značky, které provedl, porovnává také výsledky dotazování v cílové skupině s hodnocením ostatních respondentů a předkládá návrhy na zlepšení v oblasti řízení značky. Tím byl cíl diplomové práce splněn.

Formální úprava, stylistická úroveň a práce s literaturou jsou odpovídající diplomové práci, bohužel se v diplomové práci se vyskytují drobné gramatické chyby a nepřesnosti.

Na diplomové práci oceňuji především to, že diplomant pracoval zcela samostatně, prokázal schopnost zpracovat velké množství údajů a vyvodit odpovídající závěry, práce má přímé využití v praxi.

