

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Adam Bašta

Název bakalářské práce: Budování značky výrobního podniku

Cíl práce: Hlavním cílem této bakalářské práce je, na základě analýzy vývoje značky podniku Lasvit s.r.o. a jeho marketingové strategie, navrhnout vylepšenou strategii podniku v oblasti budování značky.

Jméno vedoucího bakalářské práce: Ing. Jitka Burešová, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu studentem:				
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 studenta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	X			
Formulování vlastních názorů studentem	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	
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			X
	Posouzeno s výhradami			

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

- Váš navrhovaný rozpočet na influencer marketing ve výši 1 000 000 Kč je poměrně velký. Tato částka je plánována na spolupráci s jedním nebo více influencery? Zjišťoval jste, kolik běžně stojí spolupráce influencera s firmou?
- Proč jste zvolil na označení produktů látkový štítek s logem značky? Je dle vašeho názoru látka dostatečně luxusní materiál odpovídající ceně lampy?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně mínus

Datum: 4. 7. 2022

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce



Hlavním cílem bakalářské práce bylo, na základě analýzy vývoje značky podniku Lasvit s.r.o. a jeho marketingové strategie, navrhnout vylepšenou strategii podniku v oblasti budování značky. Teoretická část práce je zpracována přehledně, student musel nastudovat poměrně složitou teorii, která se v bakalářském studiu na EF neprobírá. Bylo použito dostatečné množství českých zdrojů, bohužel nebylo čerpáno se zdrojů zahraničních ani z databáze Proquest. Celkově ale hodnotím teorii jako dobře zpracovanou.

V praktické části je velmi podrobně popsán podnik a jeho produktové kategorie pro B2B i B2C trh. Ambicí studenta bylo analyzovat všechny produktové kategorie a budování značky podniku jako celku. Díky tomu je celá práce poměrně rozsáhlá, počtem stran odpovídá spíše diplomové práci. Škoda, že se student nezaměřil pouze na jeden trh, například B2C, na kterém je firma nově, a proto existuje velký prostor pro navržení strategie budování značky. Závěrečná doporučení jsou směřována pouze na B2C trh, takže není úplně patrné, proč byla věnována taková pozornost B2B aktivitám firmy. Doporučení lze hodnotit jako přínosná, podnik by mohl zvážit jejich implementaci. Zvláště chválím nápad se zapojením influencerů, který student detailně rozpracoval.

Bohužel celkový dojem z práce kazí formální úroveň práce, která mohla být propracovanější. Texty v některých tabulkách jsou jiným fontem, tabulky jsou rozděleny mezi dvě strany, seznam literatury není seřazena podle abecedy. I přes tyto nedostatky byl cíl práce splněn, proto doporučuji práci k obhajobě.