

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta:

Jana Škodová

Název práce:

ZNÁMOST ČESKÝCH A ZAHRANIČNÍCH TEXTILNÍCH ZNAČEK

Cíl práce (body zadání):

- V rešeršní části zmapujte dosavadní vědomosti o českých a zahraničních textilních značkách.
- Formou marketingového šetření proveďte známost textilních značek. Analyzujte tato šetření.
- Navrhněte jak zlepšit propagaci českých textilních produktů u vybraných výrobků

Hodnocení přístupu studenta k řešení práce:

Spolupráce studenta s vedoucím práce: Studentka pracovala samostatně, téma konzultovala spíše před odevzdáním práce. Práce působí nevyváženým dojmem. Některé pasáže jsou velmi dobré, některé dobré až průměrné.

Tvůrčí přístup studenta: Studentka měla téma, které vyžaduje kreativitu, nápaditost. Pokud tyto vlastnosti při zpracování nevyužije, pak se práce stane průměrnou a šedivou. Nejsem zcela přesvědčena, že byla studentka kreativní. V dotazníku se objevují některé zajímavé otázky a v návrhové části zajímavé nápady, čímž studentka prokazuje jistý stupeň tvořivosti. Nápady však nejsou dotaženy dokonce, například odpovědi nejsou důkladně analyzovány, návrh není precizně zpracován.

Hodnocení obsahu a odborné úrovně práce s důrazem na splnění cílů zadání:

Obsah práce: První část práce má být dle zadání věnována rešerši zejména textilních značek českých a zahraničních. Tato část však z poloviny počtu stránek obsahuje obecnou teorii o značce, kterou studentka neuplatní v žádné další části práce. V seznamu literatury postrádám citace primárního informačního zdroje, respektive citaci bakalářské nebo diplomové práce. V minulosti bylo téma značky v různých modifikacích zpracováváno a jako inspirace by jistě tyto práce posloužily.

Je však třeba ocenit poměrně pěkný popis značek, který se nachází na stran 24-37. Takovýto popis měl být stěžejní částí práce a tato kapitola měla obsahovat textilních značek mnohem více, například i ty značky, které byly vyjmenovány respondenty (značky: Hannah, Litex, Triola, Blažek, Pleas). Rovněž postrádám členění značek do různých kategorií, například dle komodit. Tato nedostatečná připravenost studentky v oblasti známosti textilních značek se následně promítla i do další části práce, tj. marketingového průzkumu.

V sedmé kapitole pak studentka předkládá návrh propagace českých značek.

Přes jisté výhrady k obsahu práce, studentka splnila body zadání.

Hloubka provedené analýzy ve vztahu k tématu: Nedostatečná rešeršní činnost v oblasti známosti značek nutně ovlivňuje výstupy v části dotazovací. Dotazník obsahuje správně otázku "Jaké značky znáte?" Otázka je však zpracována jen formou koláčového grafu, který

