



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jakub Franc

Název práce: Budování značky a marketingová komunikace provozovny Carbon Cleaner

Autor posudku: Václav Zubr

Cíl práce: Cílem práce je vytvoření marketingové komunikace pro provozovnu značky Carbon Cleaner v Hradci Králové a pomoci tak rozvoji značky.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce v rámci kontroly anti-plagiátorským systémem nevykazuje zásadní nedostatky, autor v práci řádně cituje.

Dílčí připomínky a náměty:

Práce je zaměřena na vytvoření marketingové komunikace pro provozovnu značky Carbon Cleaner (s přesahem na další provozovny). V teoretické části autor uvádí čtenáře do problematiky a seznamuje se základními pojmy, které jsou pro pochopení praktické části práce nezbytné. V praktické části práce se autor zabývá analyzováním současného stavu marketingu Carbon Cleaner, návrhem marketingové strategie a komunikace.

Teoretická a praktická část práce jsou v rovnováze.

V práci se téměř nevyskytují pravopisné chyby/překlepy, z formálního hlediska mám pouze připomínku k seznamu použité literatury, kde autor zdroje seřadil dle abecedy, avšak seznam již není očíslován. Na straně 19 autor uvádí definice ze zdroje Keller (2007)

a u těchto definic pak uvádí pravděpodobně primární autory (Market Facts, Rajendra Srivasta) – tyto citace jsou uvedeny ve formátu příjmení, strana a nenachází v seznamu literatury.

Celkem autor použil pro vypracování práce 22 literárních zdrojů a 5 zdrojů internetových, z nichž převládají knižní zdroje, zároveň autor zařadil i několik zdrojů z odborných zahraničních databází, závěrečný seznam literatury by měl být číslovaný.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce jako celek je dobře čitelná a splnila stanovený cíl, výsledky práce mohou být pro danou firmu přínosné.

Autor správně interpretoval získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Práce je dle mého názoru v souladu s požadavky na diplomovou práci, a proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Počet zákazníků společnosti se pohybuje mezi 18 – 30 za měsíc. Je tento počet pro společnost dostačující, uvažuje o rozšíření například do větších prostor?

2. Jsou Vámi sestavená doporučení využívána v praxi? Při pohledu na marketingové nástroje k prosinci 2021 je web carbon-cleaner.cz pro pobočku HK, v práci zmiňovaný web www.carbon-cleaner.eu je v současné době nefunkční, Facebook společnosti „Carbon Cleaner Hradec Králové - Dekarbonizace spalovacího ústrojí“ není příliš aktivní (poslední dva příspěvky v září 2021 a předtím v dubnu 2021).

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 17. prosince 2021

podpis