

## POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** *Bc. Jakub Franc*

**Název práce:** BUDOVÁNÍ ZNAČKY A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE  
PROVOZOVNY CARBON CLEANER

**Autor posudku:** doc. Ing. Marcela Sokolová, Ph.D.

**Cíl práce:** Cílem diplomové práce je vytvoření marketingové komunikace pro provozovnu značky Carbon Cleaner v Hradci Králové, s přesahem i na další provozovny.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 žádné zásadní nedostatky.

### Dílní připomínky a náměty:

Žádné zásadní připomínky k práci nemám.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Práce se skládá ze dvou stěžejních částí. První část se věnuje teoretickým východiskům z oblasti marketingové komunikace a budování značky. V aplikační části práce jsou představeny výsledky analýzy původního stavu marketingu značky Carbon Cleaner, poté je navržena marketingová strategie a komunikace pro provozovnu v Hradci Králové (1. fáze). Po vyhodnocení výsledků navržené strategie došlo v další fázi k návrhu implementace i v dalších provozovnách v ČR.

Autor ve své práci pracoval systematicky, správně interpretoval získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Zvolené metody a způsob jejich použití jsou adekvátní.

Přístup autora při psaní práce hodnotím velmi pozitivně, pravidelně práci konzultoval, operativně zapracovával připomínky a náměty vedoucí práce.

Jak již bylo uvedeno výše, předložená diplomová práce se věnuje vytvoření marketingové komunikace pro provozovnu značky Carbon Cleaner v Hradci Králové, s přesahem i na další provozovny. Dílčími cíli bylo určení archetypu, definice cílové skupiny, tvorba komunikačního manuálu a propagačních materiálů. Práce má jednoznačný praktický přínos. Vytyčený cíl byl naplněn.

Práce splňuje svým rozsahem i obsahem požadavky kladené na diplomovou práci, je napsána v souladu s Metodickými pokyny pro vypracování bakalářských a diplomových prací (Výnos č. 1/2000, upravené znění ze dne 12. 1. 2011), neshledávám zde závažnější nedostatky.

### **Otázky k obhajobě:**

- 1) Autor na straně 53 uvádí hlavní konkurenty firmy - nechť zhodnotí význam marketingové komunikace a značky v konkurenčním boji v rámci tohoto odvětví?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: A**

**V Hradci Králové, dne 16. prosince 2021**

---

**podpis**