

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Utrejch – design prémiové značky

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Nosek Michal

Vedoucí práce: Mgr. Romana Trusínová

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Student Michal Nosek se ve své práci Utrejch – design a prémiové značky pokouší rozklíčovat otázku, co je to Premium, aby se na základě jejího úspěšného zodpovězení mohl pokusit vybudovat prémiovou značku chilli omáček Utrejch. V teoreticko-praktické části si autor vytváří půdu pro následnou realizaci výzkumu. V této kapitole autor prokazuje svou znalost a schopnost orientovat se v odborné literatuře, a to i s mimooborovými přesahy do oblasti psychologie či filozofie. S literaturou pracuje citlivě, cituje přesně a v této části práce zřetelně sleduje jediný cíl. Závěr této kapitoly již tvoří vlastní práce autora, tedy konkrétně jím navržený vlastní výzkum. Blíže jsou představeny nejen postupy, jichž bylo při realizaci užito, ale i jednotlivé výzkumné metody. Autor práce nepracuje pouze s již známým ustálenými metodami, ale aktivně se snaží vytvářet i nové kreativní postupy (viz např. variace na rozšířenou kreativní focusgroup). V praktické části nás autor seznamuje s výsledky své práce. Podařilo se mu vytvořit poměrně jasný a přehledný model pro „premium“, jenž je následně obecně využitelný. Autor podkryvá jednotlivé základní složky tohoto pojmu tak, aby bylo patrné a zřejmé, co vše je potřeba splnit a naplnit, aby následně zákazník nabízené zboží označil jako prémiové. Rozborem jednotlivých odpovědí respondentů si tak autor vytváří teoretický rámec Premium, jehož konkrétním naplněním je pak pro autora koncepce prémiové chilliomáčky. Z práce je patrné, že autor nepromýšlí své kroky pouze na teoretické úrovni, ale naopak se snaží, aby celá práce měla maximální praktický dopad. Autor na základě získaných teoretických poznatků o tom, co je Premium, následně dovozuje prémiovou chilliomáčku do posledního detailu, tedy včetně náčrtu způsobu prodeje, komunikace se zákazníky atp. Pečlivost autora při psaní práce dokládá přesnost v odkazování na obrázky, přílohy a koneckonců i Přílohy samotné, kterým po formální stránce nelze nic vytknout. Ani drobné stylistické nedostatky tak nesnižují kvalitu práce. Práce splňuje požadavky kladené na bakalářské práce, a proto navrhuji celkové hodnocení bakalářské práce výborné.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Zajímalo by mne, jestli by teď, po uskutečnění celého výstupu a s odstupem času, autor práce některý ze svých kroků změnil, zvolil jinou metodu, jiné složení skupiny atp. Pokud ano, proč?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Autor práce píše, že použil metodu rozšířená kreativní focusgroup. Může blíže popsat jím použitou metodu včetně inspirací, ze kterých vycházel?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 04.10.2016

Podpis vedoucího práce