POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce:: Marketingová strategie značky Dobrá voda

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Beránková Veronika

Oponent práce: Dr. Mgr. Jiří Boháček

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	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:
Dobře strukturovaná práce, dobře provedená komparace zdrojů v teoretické části. Podrobně zpracovaná metodika s výčtem použitých standardních metod s cílem doporučení pro marketingovou strategii značky Dobrá voda. Doporučení jsou obsáhlá, vyplývají z výsledků a obsahují konkrétní návrhy řešení, forem komunikace a kampaní. Výtky: Teoretická část začíná velmi široce, od definice marketingu. Ve výsledcích je uvedeno velmi mnoho identifikačních proměnných popisujících vzorek respondentů, žádná z identifikací však není využita při interpretaci výsledků. V doporučeních je uvedeno, že byla sestavena analýza SWOT pro značku Dobrý voda, ale ani v metodice ani dále v analytické části se žádná SWOT analýza nenachází a náhle je zde jeden odstavec se silnými a slabými stránkami značky.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:
Nakolik je hodnota značky důvodem k nákupu Dobré vody oproti levným privátním značkám supermarketů?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:
Jaké formy by měl mít employer branding Dobré vody?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 24.05.2023

Podpis oponenta práce