Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Využití firemní filantropie pro posílení hodnoty značky

Autor diplomové práce:

Bc. Veronika Nováková

Cíl diplomové práce:

ověřit zda existuje v bance metodika, která dokáže měřit dopad firemní filantropie firmy na hodnotu značky, zjistit úroveň povědomí o filantropických aktivitách banky, dát bance marketingová doporučení

H O D N O C E N Í D I P L O M O V É P R Á C E	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	8
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	8
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	8
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**87**
Výsledná známka	***velmi dobře (2)***

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autorka se zabývá delší dobu diskutovaným, nicméně stále aktuálním tématem. Společenská odpovědnost a firemní filantropie „se nosí“ a zvláště velké firmy se v této oblasti poměrně hodně angažují. Přesto je obtížné dohledat v běžně dostupné literatuře jasnou a jednoznačnou metodiku měření dopadů firemní filantropie na hodnotu značky. V teoretické části autorka shrnuje základní poznatky z dané problematiky, využívá relevantních zdrojů. V praktické části nejprve vychází z dat sekundárních, má k dispozici data poměrně aktuální (2013). Doplňuje je vlastním výzkumem, který má charakter spíše explorační sondy – autorka ale na nereprezentativnost výsledků výzkumu sama upozorňuje. Analýza je doplněna pohledem odborníků z banky, se kterými autorka vedla řízené rozhovory. V závěru práce jsou podány smysluplné a realizovatelné návrhy na zlepšení banky ve zkoumané oblasti. Jak se autorka dívá na možnost využití ukazatelů pro měření efektů PR pro oblast hodnocení firemní filantropie? Byla navržená doporučení konzultována s bankou?

Jméno vedoucího diplomové práce:

Ing. Marcela Zamazalová, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

KMG, FPH, VŠE v Praze

27. leden 2015

podpis vedoucího diplomové práce