

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: Bc. Kristýna HOLASOVÁ

Název diplomové práce: Strategie brand managementu ve službách

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Volba tématu:	1.	Aktuální, málo frekventované téma práce
	2.	Aktuální, časté téma práce
	3.	Neaktuální téma práce
	4.	Nevhodně zvolené téma
Cíl práce a jeho naplnění:	1.	Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn
	2.	Vhodně zvolený cíl, který byl částečně naplněn
	3.	Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn
	4.	Nevhodně zvolený cíl
Struktura práce:	1.	Pro dané téma velmi vhodná
	2.	Pro dané téma částečně vhodná
	3.	Pro dané téma nevhodná
Práce s literaturou:	1.	Vynikající, použity dosud neběžné prameny
	2.	Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny
	3.	Dobrá, použity běžně dostupné prameny
	4.	Slabá, použity zastaralé prameny
	5.	Nevyhovující – použito málo zastaralé literatury
Vybavení práce tabulkami, grafy, přílohami:	1.	Výborné
	2.	Velmi dobré, funkční
	3.	Dobré – jen částečně odpovídá nutnému doplnění textu
	4.	Nedostačující
Přínosy DP:	1.	Originální, inspirativní názory
	2.	Ne zcela běžné názory, které jsou inspirativní
	3.	Málo vlastních názorů nebo nedostatečně argumentačně podložené
	4.	Vlastní názor chybí
Uplatnění DP v praxi a ve výuce:	1.	Práci lze výborně uplatnit v praxi
	2.	Práci lze částečně uplatnit v praxi
	3.	Práci lze výborně uplatnit ve výuce nebo výzkumu
	4.	Práci lze částečně uplatnit ve výuce nebo výzkumu
	3.	Práce nelze v podstatě využít ani v praxi, při výuce nebo výzkumu
Grafická stránka:	1.	Výborná
	2.	Velmi dobrá
	3.	Dobrá
	4.	Nevyhovující
Jazyková stránka	1.	Stylistika: a) Výborná b) Dobrá c) Nevyhovující
	2.	Gramatika: a) Výborná b) Dobrá c) Nevyhovující

Zásadní připomínky k DP:

1. **nemám**
2. mám tyto:

Další hodnocení:

Diplomantka projevila množství relevantních znalostí z oblasti brand managementu, resp. značkových programů. Pozitivně hodnotím zařazení případové studie pivovaru Poutník do praktické části práce. Zajímavé informace pro formulování návrhů představoval realizovaný marketingový výzkum.

Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací a proto ji doporučuji k ústní obhajobě:

1. **ano**
2. ne

Navrhovaná klasifikace:

1. výborně
2. **výborně nebo velmi dobře dle ústní obhajoby**
3. velmi dobře
4. velmi dobře nebo dobře dle ústní obhajoby
5. dobře
6. dobře nebo nevyhověl dle ústní obhajoby
7. nevyhověl

Otázky k ústní obhajobě práce:

1. Předmětem případové studie je Pivovar Poutník. V souvislosti s analýzou komunikačních nástrojů není uveden sponzoring. Váš názor na účinnost sponzoringu ve vztahu ke komunikaci pivovaru s veřejností.
2. Které nástroje pokládáte za významné pro zvýšení znalosti (orientace) spotřebitelů značkových programů, se kterými se mohou setkat na českém trhu.
- 2.. Byl seznámen management pivovaru Poutník s návrhem uvedeným v případové studii DP?

Datum: 3. 5. 2015

Podpis vedoucího DP