

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Repositioning značky Birell jako nástroj potencionálního růstu a vstupu do nových kategorií

Autor diplomové práce:

Bc. Oliver Jáchymovský

Cíl diplomové práce:

Cíl práce: prostřednictvím rešerše literatury, případové studie značky Birell a následné syntézy zjištěných poznatků identifikovat faktory a scénáře, které je vhodné následovat při repositioningu značky. Praktická část bude zahrnovat analýzu nákladů na repositioning značky Birell a vývoje prodeje s ním spojených i s ohledem na vývoj konkurence.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	8
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
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 řešení problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	90
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autor si pro svou práci zvolil problematiku repositioningu značky v prostředí rychloobrátkového zboží, konkrétně pivního trhu. V teoretické části přehledně shrnuje klíčové koncepty řízení značky se zaměřením na positioning a repositioning. Tato část práce je logicky členěna, ocenil bych však rozsáhlejší rešerši literatury se zaměřením na zahraniční odborné články a výzkumy. V praktické části poté na konkrétním případě značky Birell analyzuje a identifikuje klíčové kroky, které by manažeři měli vzít v potaz při repositioningu značky. Závěrečná syntéza teoretické a praktické části poté přináší formulaci doporučení pro manažery značek v prostředí rychloobrátkového zboží, které by měly být zohledněny při řízení značky a jejím repositioningu. Zamýšlí se rovněž nad možným budoucím směřováním výzkumu v této oblasti, což oceňuji. Celkově práci hodnotím známkou výborně a doporučuji jí k obhajobě. Otázky k obhajobě: 1) Vysvětlíte hlavní rozdíly mezi repositioningem a rebrandingem. Pro jaký typ značek z hlediska architektury značek je dle vašeho názoru repositioning a rebranding vhodnější a z jakých důvodů? 2) Má značka Birell dle vašeho názoru po repositioningu potenciál pro případný vstup na zahraniční trhy a z jakých důvodů?

Jméno vedoucího diplomové práce:

Ing. Martin Machek, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Katedra marketingu