Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Strategie v budování osobního brandu

Autor diplomové práce:

Bc. Jan Prošek

Cíl diplomové práce:

Cílem práce je analyzovat výchozí stituaci osobního brandu autora a navrhnout strategii pro jeho rozvoj.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
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	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešené problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**94**
Výsledná známka	***výborně (1)***

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autor se ve své práci zabývá aktuálním tématem budování osobního brandu, kterém však v akademickém prostředí dosud není věnována dostatečná pozornost. Přitom stále více podnikatelů provozuje činnosti formou freelancingu (jsou tzv. na volné noze). V teoretické části využívá aktuální dostupné zdroje na dané téma, přičemž klade důraz především na praktické využití informací. Z tohoto důvodu je práce užitečná pro všechny zájemce o podnikání, kteří by rádi budovali svoji osobní značku.
V praktické části se pak autor věnuje návrhu strategie pro svůj osobní brand "Ekonom na cestách", který má reprezentovat životní styl digitálního nomádství s autorovou odborností v oblasti makretingu. Zde bych doporučil přeformulovat znění brandu, protože slovo "ekonom" vyvolává jiné asociace než čím se autor profesně zabývá. Celkově však práci hodnotím jako velmi zdařilou, unikátní svým zaměřením a s jasným přínosem pro podnikatelskou praxi. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:
1) V čem vnímáte hlavní překázky a hrozby pro značku Ekonom na cestách?
2) Jak byste postupoval v případě rebrandingu, tedy v přpadě, že se rozhodnete změnit pole působnosti?
3) Co byste doporučil začinajícímu podnikateli, který chce budovat osobní brand?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. Jan Mareš

Pracoviště oponenta diplomové práce:

Katedra podnikání, Fakulta podnikohospodářská VŠE

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.

24. leden 2018

podpis oponenta diplomové práce