

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Autor práce	Petra Myslikovjanová		
Název práce	Změna komunikační strategie módní značky během koronakrize		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2021-2022
Autor posudku	Mgr. Eliška Káčerková, Ph.D.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	A
2 Nastavení cílů a metod práce	40	A
3 Úroveň teoretické části práce	50	C
4 Úroveň analytické části práce	50	B
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	A
7 Struktura a logika textu	40	A
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	A
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	A
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,29	B

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Standardní a adekvátní teoretická východiska (pozn. k celkovému pojetí níže), oceňuji hlubší vhled do fashion marketingu a konkrétních marketingových nástrojů, které jsou pro tuto oblast specifické.
- Vhodný metodický postup a výběr skupiny participantů.
- Detailně provedená analýza současného stavu, přehledný rozbor komunikačních aktivit před a po koronakrizi.

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Přestože teoretická část obsahuje relevantní témata, jako celek působí nesourodě, kapitoly jsou pojaty stručněji, často chybí návaznost jednotlivých kapitol.
- V poměrně podrobném popisném vyhodnocení kvalitativního šetření absentuje hlubší snaha o interpretaci získaných dat.
- Doporučení jsou spíše obecná, aplikovatelná i na jiné fashion značky bez rozdílu na jejich brandbuildingové strategie.

Otázky k obhajobě:

- Co vás vedlo k zařazení reklamní kampaně z roku 2009 do analyzovaného vzorku?
- V čem vidíte nejzásadnější změnu v komunikační strategii značky Zalando v době před koronakrizí a po ní?

Kontrola plagiátorství byla negativní - systém našel shodu 4 %.

Ve Zlíně dne 10. května 2022

Podpis: Eliška Káčerková

v. r.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01