

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Rony Slozberg
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Vizuální identita firmy a vliv grafického designu na veřejné mínění

Hodnotitel – vedoucí práce: Mgr. Hana Ovesleová

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předložená bakalářská práce s titulem Vizuální identita firmy a vliv grafického designu na veřejné mínění sestává po formální stránce ze dvou hlavních částí. První částí je teoretický rámec (kapitola 1-4), který si klade za cíl identifikovat základní pojmy a jejich vymezení, dle slov autorky slouží k ujasnění a uchopení celé problematiky. Druhou částí, nazvanou jako praktická, je stručné představení společností Coca Cola a Kofola (kapitola 5-6), dále dotazníkové šetření a experiment spolu s jejich vyhodnocením (kapitola 7). Práci pak uzavírá soubor doporučení vycházejících z realizovaného výzkumu (kapitola 8). Součástí práce je i obrazová příloha.

Již v úvodu práce je zřejmé, že autorka sama v základní terminologii tápe, obtížně se orientuje v celé problematice a stanovuje si široké cíle, které nekorespondují s užším zaměřením práce. Nedostatečně promyšlené definování cílů praktické části a celkového výzkumného záměru má na svědomí nejasně ohraničený rozsah teoretického rámce. Autorka v této části postupuje poměrně nesystematicky, až chaoticky, řadí kapitoly bez zjevné snahy o jejich provázanost. Teoretické části chybí věcnost a konzistence, text oplývá často obecnými banálními formulacemi, není z něj zřejmé žádné konkrétní směřování. Pozornost je těkavě zaměřena na různá témata, někdy velmi okrajově související s následným výzkumem. Autorka se například obsáhleji věnuje v kapitole 3.1 volbě názvu firmy, což s vizuální identitou a grafickým designem okrajově souvisí, ale což v realizovaném dotazníku nijak nezohledňuje. Z formálního hlediska také nelze opomenout slabou gramatickou a stylistickou úroveň zpracovaného textu. Rešeršní činnost a práci s literaturou lze považovat za standardní, oceňuji snahu autorky zařadit do rešerše zahraniční literaturu, která je sice vůči domácí literatuře zastoupena v menším rozsahu, nicméně je i v souvislosti s volbou firmy Coca Cola poměrně žádoucí.

Jak již bylo naznačeno, praktická část, která by měla být těžištěm celé práce, měla by prokázat zaujetí tématem a která by měla vyústit odborným přínosem pro teorii či praxi, nekoresponduje s titulem práce a není jasně stanoven její cíl a rozsah. Dotazníkové šetření si klade za cíl zjistit míru povědomí o dvou konkurenčních značkách výrobců kolových nápojů, firmy Coca Cola a Kofola, zjistit asociace spojené s danými značkami a zjistit preference při nákupu. Z provedeného dotazníkového šetření je zřejmé, že se v něm projevila nedostatečně promyšlená koncepce práce. Nevhodně formulované otázky nedávají odpověď na příliš obecné hypotézy. Téma celé práce se tu opět vytrácí. V následném experimentu se zdá formulace otázek již propracovanější a úžeji zaměřena, vzhledem k nízkému počtu respondentů nejsou však jeho výsledky příliš vypovídající. Následné vyústění práce v doporučení pro zlepšení image firmy Kofola pak působí laicky a nepodloženě, jistě i díky formulacím typu "zapamatovatelnější a světlejší" barva či "jedinečný" tvar lahve.

Na celé práci se podepsal především autorčin přístup k danému tématu. Se zpracováním započala poměrně pozdě a časová nouze pak ovlivnila nekoncepčnost a nepromyšlenost celé práce. Vzhledem ke krátkému období, v němž se autorka prací zabývala, nemohla dostatečně pojmout celé téma a kvalitně ho zpracovat. Konzultace s vedoucí práce považují taktéž za nedostačující.

Práci hodnotím jako nedostatečnou a doporučuji ji k přepracování.

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručné zdůvodnění navrhaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Můžete stručně charakterizovat hlavní pojmy a jejich vzájemné vztahy?
2. Co tvoří vizuální identitu firmy? Jak chápete pojem jednotný vizuální styl?
3. Může mít vizuální identita vliv na veřejné mínění? Můžete uvést nějaký konkrétní příklad?
4. Můžete uvést z jakých skutečností jste vycházela pro vaše doporučení zlepšení image společnosti Kofola?

V Plzni, dne 1.6.2015

Podpis hodnotitele



Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).