

Hodnocení vedoucího diplomové práce

| | |
|-------------------|--|
| Autor práce | Bc. Patrik Lorenz |
| Název práce | Podpora prodeje franšizových prodejen ve společnosti Vodafone Česká republika |
| Obor/forma studia | MK KS |
| Akademický rok | 2012/2013 |
| Autor posudku | PhDr. Pavla Kotyzová, Ph. D. |

| Hodnocený parametr | Váha | Hodnocení |
|--|-------------|-----------|
| 1 Naplnění tématu a rozsah práce | 40 | A |
| 2 Nastavení cílů a metod práce | 30 | B |
| 3 Úroveň teoretické části práce | 50 | A |
| 4 Úroveň analytické části práce | 50 | B |
| 5 Úroveň projektové části práce | 50 | B |
| 6 Splnění cíle práce | 60 | A |
| 7 Struktura a logika textu | 40 | B |
| 8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu | 30 | A |
| 9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů | 20 | A |
| 10 Jazyková a formální úroveň práce | 20 | B |
| Návrh hodnocení dle váženého průměru | 1,27 | B |

Připomínky a hodnocení práce:

V úvodu diplomové práce autor precizně vysvětluje podstatu franšizingu, hlavního tématu. Uvádí tak do problematiky využití franšizových prodejen Vodafone. Otevírá i další témata, která jsou provázána s obsahem praktické i dále projektové části diplomové práce (oceňuji důraz na corporate identity). Opírá se o kvalitní teoretické zdroje, s nimiž pracuje dle normy.

Některé citace by bylo vhodné zkrátit (s. 31, 32). Na shrnutí teoretické části navazuje metodická část s jasně formulovaným cílem, výzkumnými otázkami a uvedením postupu k jejich zodpovězení.

K analýzám v praktické části jsou bohatě využita sekundární data (kapitola 7.2.2 sklouzává jen ke corporate designu, nepokrývá všechny subsystemy; naopak pasáž o telekomunikačním trhu i kapitola 8, mapující marketingovou komunikaci Vodafone, jsou výstižné, pozornost zasluží také zaměření na lokální marketing). Dále autor použil primární data, získaná z polostrukturovaných rozhovorů ze specialisty nejen Vodafone, ale i hlavních konkurentů, nejsou však jednoznačně předložena a analyzována (bylo by vhodné záznam rozhovorů doplnit; scénář je v příloze). Ocenila bych nejen text porovnávání konkurence, kdy autor správně zůstává v oblasti řešené problematiky, ale i zpracování konkurence do přehledné tabulky, s jasně nastavenými kritérii.

Poznatky shrnuté v závěru praktické části vyúsťují v realizovatelný a užitečný projekt. Výzkumné otázky jsou obsáhle zodpovězeny (mohly by být předloženy opticky zřetelněji). Diplomová práce splňuje i formální požadavky, je jistě i přínosná pro praxi.

Otázky k obhajobě:

1. Jak přimějete franšizanty, aby vyplnili a vrátili navržený dotazník? (s. 97)

Ve Zlíně dne 29. dubna 2013

Podpis:

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