

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Kateřina Brádlová
Číslo studenta: E22074
Název bakalářské práce: Marketingová funkce obalu a její vnímání spotřebiteli
Cíl práce: Cílem práce je prozkoumat marketingové funkce obalu a jejich vnímání českými spotřebiteli ve vybraném odvětví a následně navrhnout doporučení pro marketingové úpravy obalu vybraného produktu.
Vedoucí práce: Ing. Martin Mlázovský
Studijní program: B0413A050008 Ekonomika a management
Akademický rok: 2024/2025

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Práce je zaměřena na spotřebitelské vnímání obalu produktu z marketingového pohledu. Autorka zde nejprve zmapovala teoretické poznatky z hlediska nákupní chování zákazníků a následně se zaměřila na jednotlivé funkce obalu a dopady na branding.

V další části práce se zabývala marketingovým výzkumem s důrazem na popis dotazníkového šetření. Dotazník autorka rozdělila na 2 části – první se týkala obecných potřeb a preferencí a druhá pak již vlastních návrhů pro vizuál potenciální nové výrobkové řady značky Old Spice. Oceňuji, že autorka provedla pilotní testování a také, že si je vědoma omezení reprezentativnosti svého výzkumu pro celou populaci. Autorka celkem získala 270 respondentů. Vyhodnocení výsledků autorka pojala formou deskriptivní statistiky, kde hojně využívá identifikační znaky (pohlaví, věk), což autorce napomohlo v interpretaci výsledků, kde odhalila některé zajímavé diference mezi respondenty. Autorka však místy má doprovodný text k obrázkům poměrně vzdálen popisovaným obrázkům – zvláště, když popisuje 2 obrázky najednou (například str. 45-46). Poslední subkapitolou předkládané práce je návrh doporučení pro potenciální dámskou řadu sprchových gelů značky Old Spice. Tyto návrhy jsou věcné a autorka se odkazuje na své dílčí výsledky, na základě čehož je zřejmé zdůvodnění těchto doporučení. Druhá část doporučení se týká celého trhu sprchových gelů. Tato část je však příliš obecná a nepřináší žádné zásadní poznatky pro zkoumaný trh.

Celkově se v práci objevují různé překlepy či neobratná vyjádření, která i místy snižují porozumění textu. Stylisticky také není vhodné navázání kapitoly 3.1 přímo na hlavní nadpis třetí kapitoly. Taktéž pro nadpis „Závěr“ je použit jiný styl než pro ostatní hlavní nadpisy (a z tohoto důvodu není zobrazen ani v obsahu práce). V neposlední řadě je příloha A uvedena velmi písmem, což znesnadňuje její čitelnost. Tyto formální nedostatky pramení primárně z toho, že autorka svou práci dokončovala v posledním možném termínu pro její odevzdání. Autorka však pracovala samostatně a reagovala na zásadní připomínky vedoucího práce. Na základě samostatnosti autorky, náročnosti tématu, originality práce, jejího věcného zaměření, provázání teoretické a praktické části a dobře pojaté části vlastních návrhů týkajících se značky Old Spice, navrhuji hodnotit ještě známkou B.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a nejvyšší míra podobnosti je 1 %, práce není plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Zmiňujete archetyp značky Old Spice jako „klaun“. Jak by se tento archetyp mohl promítnout do designu dámské produktové řady, aniž by působil nevhodně?
2. Ve svých výsledcích jste zjistila, že složení, ekologie obalu a environmentální certifikace jsou pro nákupní rozhodování nevýznamné – čím si toto vysvětlujete?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.
Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 20.5.2025

Podpis