

Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. Pavla Jechová
Název diplomové práce: Využití marketingového výzkumu v kontextu udržitelné módy
Vedoucí práce: doc. Ing. Michaela Kotková Stříteská Ph.D.
Oponent práce: Ing. et. Ing. Barbora Zemanová, Ph.D.
Pracovní pozice oponenta: odborný asistent, FES, UPCE

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"/>
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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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

Diplomová práce se věnuje aktuálnímu a společensky významnému tématu – využití marketingového výzkumu v kontextu udržitelné módy. Téma je dobře zvolené a má potenciál přinést prakticky využitelné závěry, které reflektují rostoucí tlak na podniky v oblasti environmentální a společenské odpovědnosti.

V teoretické části studentka stručně představuje související oblasti, zejména problematiku globálních výzev, udržitelné módy, marketingového výzkumu a udržitelného marketingu. Teoretické zakotvení by mohlo být rozšířeno o aktuálnější odborné poznatky, které by práci lépe zasadily do kontextu současného výzkumu. Očekávala bych širší využití relevantní odborné literatury, a to jak z českého, tak ze zahraničního prostředí. Zařazení současných výzkumů a publikací by mohlo zásadním způsobem přispět k vytvoření komplexnějšího a aktuálnějšího rámce, který by podpořil praktické výstupy práce.

Praktická část se zaměřuje na konkrétní podnik – společnost HUDYsport – a představuje silnější část práce. Studentka zde aplikuje vhodně zvolené výzkumné metody: analýzu prezentace společnosti na sociálních sítích, polostrukturovaný rozhovor a mystery shopping. Metody jsou adekvátní zvolenému cíli a jejich realizace přináší hodnotné poznatky. Nicméně, analýza komunikace na sociálních sítích by mohla být rozvedena podrobněji, například z hlediska vývoje v čase nebo s důrazem na konkrétní prvky spojené s udržitelností a společenskou

odpovědností. Studentka mohla rozpracovat, zda a jakým způsobem se udržitelnost již dříve v komunikaci firmy na sociálních sítích objevovala a jaký byl ohlas těchto příspěvků.

Přes uvedené připomínky lze konstatovat, že výsledky diplomové práce jsou přehledně zpracovány a srozumitelně interpretovány. Studentka na jejich základě formuluje zajímavé závěry a smysluplná doporučení. Formální stránka práce je celkově korektní, struktura je logická. Na základě výše uvedeného hodnotím diplomovou práci jako velmi dobrou a doporučuji ji k obhajobě.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Můžete doporučit konkrétní společnost, která by mohla být společností HUDY inspirací v prezentaci udržitelné strategie na sociálních sítích?
2. Jaké další nástroje či metody marketingového výzkumu mohly být v této práci využity? Objasněte, jaký by mohl být jejich přínos a případná omezení.

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 26.5.2025

Podpis