

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Pavλίna RACKOVÁ
Název práce	Vlastní značky maloobchodního řetězce
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Šalamoun Jan, Ing. Ph.D.
Oponent	Volfová Hana Ing

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

Poznámka:Práce řeší téma aktuální a zajímavé, značková politika je a bude jedním z hlavních marketingových pilířů.

2. Logická struktura práce 1.5

Poznámka:Práce je z metodického hlediska nastavena dobře, cíle jsou v textu dostatečně jasně specifikovány a jednotlivé kapitoly na sebe navazují.

3. Naplnění cíle práce 2.5

Poznámka:Hypotézy odrážejí důležitá zjištění v rámci marketingového výzkumu, nicméně bylo by vhodné je více provázat s návrhy a doporučeními. Také ověření hypotéz by bylo vhodné provést a vyhodnotit důkladněji.

4. Metodický postup 2.0

Poznámka:Metody byly zvoleny vhodně, především v rámci marketingového výzkumu by však práci výrazně prospěla intenzivnější práce s daty, jejich hodnocením a syntézou.

5. Hodnocení teoretického zobrazení a přínosu 2.5

Poznámka:V práci byl představen komplexní teoretický přehled, týkající se značkové politiky. Většina použitých zdrojů však byla vydána již před delší dobou, chybí tak modernější pohled na problematiku.

6. Praktický přínos práce 2.5

Poznámka:Návrhová část je poměrně krátká, pro praktickou uplatnitelnost by bylo třeba se návrhům více věnovat a rozpracovat je z marketingového i ekonomického pohledu.

7. Práce s literaturou 2.0

Poznámka:Zde platí také poznámka o starší dataci zdrojů, nicméně citování a další aktivity spojené s literaturou jsou v pořádku.

8. Formální stránka 1.5

Poznámka:V práci se místy nacházejí menší gramatické a stylistické chyby, celkově je ale z formálního hlediska vyvážená a působí velmi dobrým dojmem.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Bakalářská práce se zabývá vlastními značkami v řetězci Lidl. Většina poznámek již byla uvedena výše, nicméně je třeba zhodnotit, že autorka se v prostředí orientuje, vytvořila kvalitní teoretické zázemí a provedla marketingový výzkum, který přinesl zajímavé poznatky. Pro ještě lepší úroveň práce by bylo vhodné využít v teoretické části více aktuálních zdrojů, v části marketingového výzkumu zvolit i jiné hodnocení než frekvenční analýzu a více rozpracovat návrhovou část. Celkově je ale možné práci hodnotit velmi dobře, je proto možné ji doporučit k obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Jací zákazníci dle sociodemografických kritérií (pohlaví, věk, příjem atp.) tedy nejčastěji nakupují vlastní značky řetězce Lidl?

Rozvíňte návrh týkající se merchandisingu vlastních značek. Jak byste si představovala jeho praktickou aplikaci?

Datum: 17.08.2023

Podpis oponenta