



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Martina Stuchlíková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: CSR a její role v marketingových aktivitách podniků

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, Ph.D.

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

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

V předložené práci studentka analyzuje integraci CSR aktivit vybraných firem z módního průmyslu do jejich marketingu a také zkoumá, jak je o těchto aktivitách informovaná veřejnost. V teoretické části je představena relevantní literatura týkající se společenské odpovědnosti firem - hlavně se jedná o oblast CSR - co to CSR je, jak se do podniku zavádí, komunikuje, reportuje apod. V dnešní době jde o "horké" téma. Zmíněna je také konkurenční výhoda, kterou správně integrovaná CSR podniku přináší. Zajímavá je kapitola 2, ve které diplomantka představuje aktuální trendy v oblasti společenské odpovědnosti. V kapitole 3 je popsán módní průmysl a problematika CSR. V této části se čtenář dozví, jak moc výroba věcí v módním průmyslu zatěžuje planetu a jak důležitá je společenská odpovědnost firem působících v módním průmyslu. Názorně je ukázáno, že pokud chce firma být společensky odpovědná, musí se zaměřovat na všechny tři pilíře CSR.

V praktické části jsou nejdříve představeny společnosti vybrané pro analýzu včetně aktivit, které v současnosti firmy v oblasti CSR podnikají. Na závěr kapitoly 4 jsou výsledky analýzy přehledně shrnuty. V kapitole 5 diplomantka zjišťuje, jaké povědomí mají o prováděných CSR aktivitách spotřebitelé a jakou roli toto povědomí hraje v jejich nákupním chování. Diplomantka formuluje několik VO a z nich vycházejících hypotéz. Ty testuje s využitím dat, která získala z dotazníkového šetření. Na základě získaných výsledků následně autorka navrhuje doporučení pro lepší komunikace CSR aktivit včetně grafických návrhů.

Celkově je práce velmi zdařilá - obsahuje jak kvalitní teoretickou rešerši, tak i kvalitní výzkumnou část. Přes dílčí gramatické nepřesnosti ji hodnotím jako "výbornou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Plánujete poskytnout výsledky Vaší práce firmám, které jsou analyzovány v práci?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele