

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Bc. Lucie Bláhová  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Zhodnocení brandingu pražírny kávy

**Hodnotitel – oponent:** doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.  
**Podnik – firma:** Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

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 (rešeršní 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**v ý b o r n ě**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Cíl práce je představen na s. 6: zhodnotit současnou situaci značky Orient Coffee a na základě získaných výstupů vznést vhodné návrhy na zlepšení a doporučení. V první kapitole se autorka věnuje brandingu a definování základních pojmů, využívá relevantní literatury. Pozornost věnuje modelu rezonance značky a pojetí Aakera (s. 10). Potom popisuje i vlastní brand management a opět vhodně pracuje se zdroji. U komunit značky bych dnes více zdůraznil využití sociálních médií a tzv. online brandingových komunit. Dále se věnuje i vizuální identitě a potom přechází k brandingu pražírny kávy, zde opět oceňuji práci se zdroji. Na s. 22 začíná kapitola k výzkumu kontextu značky, základní informace jsou k focus group metodě a dotazování - sémantický diferenciál. Následuje problematika trhu kávy (od s. 24). Jsou zde informace o hlavních organizacích v kontextu ČR. Následuje informace o vývoji v této oblasti, tzv. kávových vlnách, na s. 33 je potom porovnání kávových pražírny se sohrnem na s. 37.

Na s. 38 začíná popis Orient Cafe s.r.o., a na s. 42 následuje metodika výzkumu. Vlastní design kvantitativní části výzkumu je výborně prezentován. Design dotazníku byl vytvořen i na základě realizované FG, viz s. 44. Scénář FG je až dost rozsáhlý. Metodika dotazování s využitím dotazníku pokračuje popisem souboru a administrace na s. 40. Je popsána realizace sběru dat i použití statistických postupů.

Výstupy provedeného výzkumu jsou prezentované od s. 51. Autorka pracuje se souborem 202 odpovědí, popis souboru na s. 51/52. Pěkný nápad je Word cloud na s. 53, asociace se značkou. Zajímavé jsou faktory přitažlivosti, s. 57/58, povědomí o konkurenci, s. 62. Na s. 66 je prezentován výstup ze sémantického diferenciálu, obsahuje 11 položek, jak je to dle faktorů dělitelné 3? Následuje výpočet NPS, které je velmi vysoké (s. 68). Testování hypotéz je v kapitole č. 7 s přehledem na s. 72 a 73.

Souhrn a návrhy pro značku jsou prezentované od s. 75. Jsou popsány atributy a hodnoty značky, jsou zde náměty ke komunikaci značky. Následují tzv. doporučení pro praxi. Zápis z FG a dotazník jsou v přílohách práce.

Celkově práci považuji za velmi kvalitní, dobře zpracovanou v teoretické i aplikační části a nakonec i s několika vhodnými náměty pro samotnou firmu. Hodnotím ji výborně.

### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

Z jakých součástí se skládá sémantický diferenciál, co tvoří ten sémantický prostor, který by měl být vybalancovaný?

Máte zpětnou vazbu z firmy k výstupům práce?

V Plzni, dne 15. 5. 2024

Podpis hodnotitele