

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

(pro UPa, FES - Ústav podnikové ekonomiky a managementu)

Diplomová práce s názvem: Analýza fungování a rozvoj regionální značky Vysočina regionální produkt

Student (autor): Bc. Martin Brodský

Oponent (titul, jméno a příjmení, pracoviště):

Ing. Ladislav Kalous, učitel odborných předmětů

Střední škola cestovního ruchu a grafického designu, s.r.o.

U Josefa 118, Cihelna, 530 09 Pardubice

Hodnocení práce

Hodnocená práce má rozsah 53 stran a přílohy. Cílem práce je analýza současného fungování značky "Vysočina regionální produkt" a také další návrhy pro rozvoj značky. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

V první části je popsána značka a marketing značky. Podrobně jsou zde popsány pojmy jako značka, spotřebitelská rizika, historie značky, regionální značka a marketingový mix. Tato část je v diplomové práci nutná, avšak zde je zpracována až moc podrobně.

Praktická část obsahuje analýzu fungování regionální značky a také návrhy pro další rozvoj. Autor představuje konkrétní značku: Vysočina – regionální produkt, včetně kritérií výrobku. Dále porovnává některé regionální značky, včetně zahraničních. Součástí je i velmi jednoduše zpracovaný dotazník, který byl distribuován především v kraji Vysočina. Poslední částí je marketingový mix a návrhy řešení pro rozvoj regionální značky Vysočina. Tu považuji za nejslabší část práce, neboť se jedná o hlavní cíl a přínos práce. Práce obsahuje některé formální nedostatky. Tabulky, dotazník a schémata by mohly být zpracovány na vyšší úrovni.

I přes některé nedostatky splnil autor cíl práce. Proto navrhuji známku velmi dobře minus (D).

Díličí hodnocení a otázky jsou uvedeny na následující straně.

Dílčí hodnocení

Struktura práce	C
Použité metody zpracování	E
Metody zhodnocení výsledků	E
Splnění stanovených cílů	C
Význam pro praxi	B
Práce s odbornou literaturou	B
Stylistická kvalita práce	D
Formální úroveň textu	C
Aktuálnost zvoleného tématu	B
Stanovení cíle práce a formulace problému	C
Použití a zpracování citací	C

Otázky k obhajobě:

1. Jak byly vybírány regionální značky v části „Porovnání regionálních značek“?
2. Jakým způsobem byl vytvořen a zpracován dotazník. Jak byli osloveni respondenti?
Co by se na něm při zpětném pohledu dalo změnit?
3. Jaká další doporučení pro rozvoj regionální značky Vysočina byste doplnil?

V Pardubicích dne 15.5.2018

Střední škola cestovního ruchu
a grafického designu, s.r.o.
U Josefa 118, Cihelna, 530 09 Pardubice

Ing. Kalous
Ing. Ladislav Kalous