

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Uvedení produktové inovace na B2B trh
Jméno autora:	Kateřina Neradová (460882)
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<p>Autorka závěrečné práce předkládá k obhajobě diplomovou práci věnovanou problematice produktové inovace, konkrétně se věnuje návrhu a uvedení produktové inovace na B2B trh. Autorka definovala následující cíl práce: „Cílem práce je uvedení produktové inovace pro vybranou firmu.“</p> <p>Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části práce průměrně náročné. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít interní informace analyzovaného subjektu. Hlavním přínosem práce je analýza současného stavu, návrh inovace a komunikační strategie při uvedení inovace na B2B trh.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Diplomová práce zprostředkovává komplexní pohled na inovační proces produktu. Autorka má s tématem osobní zkušenost, což se pozitivně odráží v celé diplomové práci. I přes rozsáhlý záběr práce lze konstatovat, že práce odráží reálný postup pro vývoj produktové inovace v konkrétní společnosti. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou. Lze konstatovat, že autorka cíl práce splnila.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<p>Autorka plnila harmonogram konzultací, chodila na ně připravena s průběžně zpracovanými texty. Autorka přistupovala k zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila. Práce je zpracována na standardní úrovni.</p>	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<p>Práce má logickou stavbu. Autorka práci rozčlenila na teoretickou a aplikační část. V teoretické části vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají teorie inovace. Konkrétní podoba uvedení inovace na trh byla syntetizována na základě domácí a zahraniční literatury. Finálně je navržena komunikační kampaň. Autorka dobře zvládla celý inovační proces a navrhla inovaci. Návrh komunikační kampaně je nejslabší částí práce. Předkládaná práce je na požadované odborné úrovni.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<p>Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na diplomovou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
--	--------------------

Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorka využila standardní počet informačních zdrojů. Autorku lze pochválit za využití cizojazyčné literatury a citační korektnost v rámci teoretické části práce. Lze konstatovat, že výběr zdrojů a korektnosti citací je v souladu s metodikou.

Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.

Další komentáře a hodnocení

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Hlavním přínosem práce je komplexní zpracování tématu inovace a aplikace do B2B praxe. Autorka práce zpracovala po odborné stránce standardní práci a lze ji hodnotit stupněm B.

Otázka k obhajobě:

Pro online kampaň představte:

- 1/ cílového B2B zákazníka a sestavte Personu pro tento targetovaný segment;
- 2/ základní propozici kampaně;
- 3/ Customer Insight.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 6.6.2020

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.