

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Zuzana Šulíková
Název práce	Marketingové komunikace oděvní značky
Obor/forma studia	MK prezenční studium
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	PhDr. Dagmar Weberová, PhD.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	b
2 Nastavení cílů a metod práce	30	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	b
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	b
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,30	B

Připomínky a hodnocení práce:

Teoretická část práce je spracovaná na primeranej úrovni, autorka čerpala z relevantných zdrojov. Vytknúť sa dá len väčšia prevaha doslovných citácií (str. 20) a z toho vyplývajúca absencia autorského parafrázovaného textu. Súčasťou BP je pomerne rozsiahly citačný aparát domáceho i zahraničného pôvodu. V praktickej časti autorka potvrdila svoje hypotézy a vyvodila z marketingového výskumu relevantné závery. Autorke sa podarilo naplniť stanovené ciele, preto predloženú bakalársku prácu odporúčam na obhajobu.

Otázky k obhajobě:

1. V čom spočíva úspech globálnej značky na lokálnom trhu z hľadiska marketingovej komunikácie?
2. Ako prispieva lokálne umiestnenie značky k zvýšeniu hodnoty značky (brand value)?
3. Ako sa merajú kultúrne preferencie, prípadne odlišnosti na lokálnom trhu?

Ve Zlíně dne 9. května 2013

Podpis: