

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Lucie Kostíková

Téma BP: Analýza kulturních zvyklostí spotřebitelů na bulharském trhu a jejich využití při plánování komunikační strategie značky Continental

Akademický rok: 2009/2010

Vedoucí BP*:

Oponent BP*: Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

* Nehodící se škrtněte.

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP	X							1,0
Splnění cílů BP				X				2,5
Teoretická část BP		X						1,5
Analytická část BP				X				2,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP			X					2,0
Součet								11,0

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (Fx nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce se zabývá analýzou kulturních zvyklostí spotřebitelů na bulharském trhu a jejich využití při plánování komunikační strategie značky Continental.

V teoretické části se zabývá pojmem kultura, popisuje metody umožňující analýzu národních kultur, a to Hofstedeho kulturní dimenze a kulturní dimenze podle Fonse Trompenaarse. Dále se zabývá komunikační strategií.

V analytické části se představuje společnost Barum Continental. Ve 4. kapitole se popisují kulturní zvyklosti Bulharů. Tento popis působí však dosti nepřehledně.

Praktická analýza kulturních zvyklostí podle Hofstedeho a Trompenaarse je zajímavě zpracovaným řešením jednoho z cílů a nejvýznamnější samostatnou částí práce.

V 6. kapitole se navrhuje komunikační strategie firmy. Za nejslabší článek této části považuji návrh jednoho z nástrojů komunikačního mixu – reklamy.

Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

1. Které rituály v rámci obchodního jednání se Bulharsku významně odlišují od ČR?
2. Srovnajte na základě Hofstedeho kulturních dimenzí rozdíl mezi Bulharskem a ČR.
3. Na str. 41 se zabýváte různými druhy reklamních médií. Všechny jste firmě doporučila. Zkuste se však zamyslet, které z těchto médií by bylo nejvhodnější z hlediska zacílení reklamy a nákladů.
4. V rámci reklamního stylu – symbol osobnosti – navrhnete vhodnou osobnost pro bulharský trh.
5. Je možné se v Bulharsku zúčastnit nějakého veletrhu?

Návrh na výslednou známku BP: C - dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně 28. prosince 2009

Hušíčková

.....
podpis hodnotícího