



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Michaela Večeřová

Vedoucí BP:

Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

Ak. rok:

2011/2012

Téma BP:

Reklama a spotřebitelské chování na japonském trhu

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	9
2	Splnění cílů práce	8
3	Teoretická část práce	10
4	Praktická část práce (analytická část)	9
5	Praktická část práce (řešící část)	10
6	Formální úroveň práce	9
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		55

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Bakalářská práce se zabývá reklamou a spotřebitelským chováním na japonském trhu a srovnává je si situací v České republice.

Téma práce je velmi originální a je náročné na informační zdroje. Autorka čerpala i z cizojazyčné literatury a zahraničních internetových zdrojů.

Pokud se týká cílů práce, tak ty by měly být v úvodu práce vymezeny jednoznačněji, ale přesto je práce velmi zdařilá a v praxi využitelná.

Teoretická část i praktická část práce jsou v souladu. V teoretické části je charakterizován mezinárodní marketing, marketingový mix a značná část je věnována reklamě. Součástí teoretické části jsou i informace o spotřebitelském chování a nákupním rozhodování.

Praktická část začíná popisem odlišností japonské kultury a analýzou reklamního prostředí trhu.

Stěžejní částí práce je dotazníkový průzkum, který byl zaměřen na spotřebitelské chování Japonců a Čechů, kdy se autorka zaměřila na věkový segment 18 až 30 let. Velmi kladně hodnotím počet získaných vyplněných dotazníků z obou oblastí (100 + 100). Získané informace jsou přehledně interpretovány pomocí grafů a slovního komentáře, který je logický a věcný.

Následují výsledky a doporučení pro podnikatele, kteří se chystají vstoupit na japonský trh. Z práce je vidět, že autorka má o Japonsku velké znalosti a výsledkem je velmi zdařilá práce, která je využitelná v praxi.

Doporučuji práci k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- 1) Vysvětlíte pojem „nemístný humor“?
- 2) V čem spatřujete největší problém při vstupu na japonský trh?
- 3) Jaký typ reklamy by bylo vhodné v Japonsku využít? (s. 60)

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

Ve Zlíně dne: 12. května 2012

Kubičková