

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE						
Jméno a příjmení studenta	Nikola Slováková					
Název práce	Analýza rozdílů spotřebitelského chování a klíčových makroekonomických ukazatelů vybraných evropských zemí jako základů exportní marketingové strategie společnosti ETA a.s.					
Oponent práce	Ing. Eva Juříčková, Ph.D.					
Obor	Anglický jazyk pro manažerskou praxi					
Forma studia	Prezenční					
Kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení dle stupnice ECTS					
Formální stránka práce						
Přehlednost a členění práce	<u>A</u>	B	C	D	E	F
Úroveň jazykového zpracování	<u>A</u>	B	C	D	E	F
Dodržení citační normy	<u>A</u>	B	C	D	E	F
Obsahová stránka práce						
Formulace cílů práce	<u>A</u>	B	C	D	E	F
Práce s odbornou literaturou (uvádění zdrojů, kritický přístup)	A	<u>B</u>	C	D	E	F
Metodika zpracování výzkumného problému	A	B	<u>C</u>	D	E	F
Úroveň analytické a interpretační složky	A	<u>B</u>	C	D	E	F
Formulace závěrů a splnění cílů práce	<u>A</u>	B	C	D	E	F
Originalita a odborný přínos práce	A	<u>B</u>	C	D	E	F
Odůvodnění hodnocení práce:						
<p>Předkládaná bakalářská práce se zabývá analýzou spotřebitelského chování a makroekonomickou analýzou vybraných evropských zemí s cílem vytvořit exportní a marketingovou strategii pro společnost ETA a.s.</p> <p>Teoretická část se zaměřuje jak na oblast marketingu a marketingového mixu, tak evropských trhů, zákaznického chování a makroekonomických ukazatelů. Tato oblast práce místy postrádá kritický přístup a je v několika svých částech zpracována pouze z jednoho zdroje. Studentka využila všechny literární prameny, které jsou uvedeny v zadání práce.</p> <p>V praktické části diplomantka nejprve charakterizuje společnost ETA a následně makroekonomicky popisuje země Visegrádské čtyřky včetně České republiky. Makroekonomická analýza je pouze na úrovni popisu získaných dat, s údaji není dále pracováno. Samotný průzkum trhu je spíše obecného charakteru, postrádám zacílení na příslušný segment výrobků společnosti. Z pohledu zpracování a okomentování dosažených výsledků průzkumu hodnotím tuto část práce naopak jako velice dobrou a přehlednou, kdy studentka dala získaná data do kontextu cíle práce v návaznosti na specifikaci jednotlivých zemí a následně navrhovanou marketingovou strategii pro společnost ETA a.s.</p>						
Otázky k obhajobě:						
<p>Why do you consider these macroeconomic indicators as key factors for your analysis? Did you discuss your survey's questions with company's consultant?</p>						
Celkové hodnocení*	A	<u>B</u>	C	D	E	F
Datum: 31. 5. 2016	Podpis:					

* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce.