

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Veronika Jančová		
Název práce	Postoje spotřebitelův k domácím a zahraničním značkám		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2018-2019
Autor posudku	prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
2 Nastavení cílů a metod práce	40	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	b
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,36	B

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Spracovanie vysoko aktuálnej problematiky.
- Využitie komparácie a využitie nielen popisnej štatistiky, ale aj analytických štatisticko-matematických metód.

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Menšie štylistické nepresnosti, využívanie výrazov v angličtine i v prípadoch, ak existuje slovenský ekvivalent.
- Absencia spracovania významu tzv. COO efektu a problematiky etnocentrizmu vo vzťahu k skúmanej problematike a naopak, redundancia teoretických východísk medzinárodného marketingu.

Otázky k obhajobě:

- Charakterizujte tzv. COO efekt vo vzťahu k skúmanej problematike.
- Ktorá forma vstupu na malajzijský trh najviac korešponduje s Vami navrhovanými riešeniami? Zdôvodnite Vašu odpoveď.
- Aký je imidž malajzijských produktov na českom trhu? Dokáže český zákazník identifikovať krajinu pôvodu – Malajzia, na základe značky?

Ve Zlíně dne <<<8. 5. 2019>>>

Podpis: