

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Katedra marketingu



### Posudek vedoucí/ho diplomové práce

**Jméno studenta:** Ing. Ondřej Machek

**Název práce:** Internacionální marketing firmy L'OREAL

**Vedoucí práce:** doc. ing. Jana Boučková, CSc.

**Cíl práce:** Charakterizovat a analyzovat internacionální marketing velké nadnárodní firmy

| Povinná kritéria hodnocení práce                   | Stupeň hodnocení                    |                                     |                          |                          |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                    | 1                                   | 2                                   | 3                        | 4                        |
| Vymezení cíle a jeho naplnění                      | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Náročnost tématu na teoretické znalosti            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Náročnost tématu na praktické dovednosti           | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hloubka a správnost provedené analýzy              | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Práce s literaturou                                | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Logická stavba a členění práce                     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jazyková a terminologická úroveň                   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formální úprava a náležitosti práce                | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vlastní přínos studenta                            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**Dílčí připomínky a náměty:**

**Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Práce je velmi zdařilým pohledem na problematiku internacionálního marketingu společnosti s globální marketingovou koncepcí. Velmi kladně hodnotím její logickou strukturu a celkově promyšlený pohled na jednotlivé aspekty problematiky (strategické portfolio globálních značek, reakci na módní a společenské trendy, základní faktory celosvětové úspěšnosti společnosti aj.) i hloubku a vyváženost provedené analýzy internacionálního marketingu. Vysoce oceňuji též naprostou samostatnost diplomanta v přístupu a uchopení daného tématu. Práce je i po stylistické a formální úrovni na vysoké úrovni. Z těchto důvodů hodnotím práci jako výbornou.

**Práci doporučuji k obhajobě**

**Otázky pro diskusi:**

Vyrovňuje se L'OREAL podle Vašeho názoru s dopady krize lépe než jeho konkurenti ?

V čem vidíte výhody relativní nezávislosti jednotlivých divizí společnosti jak v celosvětovém kontextu, tak v jednotlivých zemích ? Buduje společnost i v ČR své PR prostřednictvím

sponzoringu akcí spojených s módou, resp. rozvíjí i zde spolupráci s " místními " módními návrháři ?

**Navržená výsledná známka: výborně**

**V Praze dne 14.4.2010**

---

**podpis vedoucí/ho práce**