

Hodnocení – oponent závěrečné bakalářské práce

Autor práce: Michal Čeřovský

Téma práce: Teorie řízení značky a jeho vliv na nákupní rozhodování spotřebitelů

1. Náročnost práce:

- na teoretické znalosti: nadprůměrná průměrná
- na rozsah a úroveň podkladových materiálů nadprůměrná průměrná

2. Kritéria hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce:
splněn částečně splněn nesplněno
- Logická stavba práce:
výborná velmi dobrá vyhovující nevyhovující
- Práce s literaturou včetně citací:
výborná velmi dobrá vyhovující nevyhovující
- Adekvátnost použitých metod:
adekvátní částečně adekvátní neadekvátní
- Hloubka provedení analýzy (ke vztahu k tématu):
výborná velmi dobrá dobrá nevyhovující
- Formální úprava práce:
výborná velmi dobrá dobrá nevyhovující

3. Využitelnost výsledků práce v praxi, příp. v teorii:

velká střední malá

4. Připomínky a otázky vyžadující doplnění (na další list) viz str. 2

5. Navržená výsledná známka: velmi dobře

V Praze: 12. 6. 2006

Ing. Marcela Zamazalová, Ph.D.

oponent

- 1/ V jakém smyslu používáte termín obchodní značka?
/str. 10, příloha III/
2/ Zamyslete se nad pojmem strategické značky /str. 26/
a rozveďte podrobněji možné charakteristiky "kandidá-
tů na zrušení", "dojnic" a "strategických značek".
Využijte reálný, ev. fiktivní příklad.

Ing. Marcela Zarnaslová, Ph.D.

V Praze 12. 6. 2006