

Posudek oponenta bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2015/2016**

Název práce: **Návrh na vylepšení komunikační strategie spol. Starbucks**

Řešitel: **Hanna Hayova**

Vedoucí práce: **Ing. Milan Postler, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Přemysl Průša, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	1
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	2
6.	Vlastní přístup k řešení	2
7.	Formální úprava práce	1
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	3

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Teoretická část pokrývá hlavní témata relevantní ke zkoumané oblasti, zdroje jsou adekvátní, uvítal bych podrobnější a přesnější popis vztahu mezi pojmy identita, positioning a image značky.

Formálně a z hlediska citací práce nevykazuje zásadní nedostatky. Jisté problémy vidím v úrovni jazyka v práci – často se objevují drobné odchylky v tvaru slov, text měl projít jazykovou korekcí.

Praktická část je vhodně strukturovaná, i když SWOT analýza mohla být dle mého názoru zařazena až za vlastní výzkum.

Je třeba pozitivně ohodnotit stručný popis společnosti, její srovnání s konkurencí a zejména pak provedené vlastní dotazníkové šetření. Na druhou stranu však v textu postrádám přesnou specifikaci cílové skupiny, identity a positioningu zkoumané značky.

Ve výzkumu se mohla autorka rovněž více zaměřit na to, jaké propagační aktivity by zákazníci uvítali, jaké výhody by zákaznická karta měla obsahovat, aby byli zákazníci více spokojení.

Otázky:

1. Jaká je cílová skupina značky Starbucks v ČR?
2. Jaký mediální mix byste navrhovala, aby značka používala v ČR pro efektivní zasažení cílové skupiny?
3. Jaké výhody by měla poskytovat zákaznická karta, aby byla atraktivnější?

Závěr: Bakalářskou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 14. 5. 2016

Ing. Přemysl Průša, Ph.D.
oponent práce