

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Komunikační mix a jeho vliv na dětského spotřebitele z pohledu českého a amerického trhu

Autor diplomové práce:

Bc. Eliška Kmochová

Cíl diplomové práce:

Cílem práce je zkoumání marketingových snažení směrem k dětskému spotřebiteli a jeho rodičům, srovnání vnímání v roce 2013 a 2016 a náhled na problematiku z pohledu amerického trhu.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	8
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	8
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešení problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	8
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	92
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Práce je tématicky smysluplná a obsahově přínosná, po provedení výzkumu na širším vzorku respondentů lze její závěry využít v praxi. Uvedený pohled amerického spotřebitele má dosud, z pochopitelných důvodů krátkého pobytu autorky v USA, více teoretický než praktický srovnávací význam.

Silné stránky: a) svou původní práci autorka obohacuje o aktuální údaje a pohled amerického spotřebitele na stejnou problematiku získaný autorkou při jejím pobytu v USA; b) vysoký podíl autorčiny interaktivní činnosti při provádění praktického výzkumu i interpretaci výsledků zkoumání; c) logická stavba a přehlednost diplomové práce.

Slabé stránky: a) relativně úzký srovnávací vzorek pro stanovení obecné platnosti hypotéz; b) porovnávací teoretický pohled amerického trhu postrádá analogický praktický výzkum, který byl proveden v Česku; c) absence závěru o možné využitelnosti práce pro praxi, byť v rovině úvahy.

Otázky:

1) Které prvky komunikačního mixu považujete z pohledu efektivity působení reklamy na děti zkoumaného věku za nejúčinnější? 2) Hovoří spolu děti- spotřebitelé o reklamě více mezi sebou nebo se svými rodiči? 3) Jakou roli hraje a bude hrát mobilní telefon ve vztahu dítě- reklama? 4) Jaké hlavní odlišnosti v reakci na reklamu mezi americkými dětmi a jejich rodiči a českými dětmi a jejich rodiči jste za dobu Vašeho pobytu v USA vypořádala?

Jméno oponenta diplomové práce:

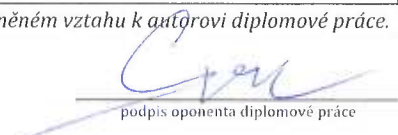
Ing. Martin Svoboda

Pracoviště oponenta diplomové práce:

Google Ireland Limited

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.

30. květen 2016


podpis oponenta diplomové práce