

Posudek oponenta bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Manažer obchodu**

Akademický rok: **2016/2017**

Název práce: **Marketingová strategie značky, Značka pánských oděvů Stones od společnosti Steilmann Praha.**

Řešitel: **David Pařez**

Vedoucí práce: **prof. Ing. Dana Zadražilová, CSc.**

Oponent: **Ing. Vladimíra Khelerová, CSc.**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Předložená BP je na velmi vysoké úrovni a ukazuje autorovu znalost dané problematiky. Pouze teoretická část je podle mého názoru poněkud rozsáhlá a doporučovala bych některé pasáže zkrátit nebo vynechat. Hypotézy autor uvádí až těsně před samotným výzkumem, ale mohly být uvedeny už v úvodu, kde se na ně autor odvolává. Drobnou připomínku mám ke str 46, konkrétně ke větě "mezi notoricky známými zahraničními značkami se umístil Pietro Filipi". Tato firma je česká. Naproti tomu oceňuji kvalitu a strukturu výzkumu, interpretaci výsledků a návrhy ke zlepšení. Při obhajobě navrhuji zodpovědět následující otázky: 1/ Měla by na zákazníky větší dopad komunikace firmy Steilmann jako takové než komunikace jednotlivých jejích značek ? 2/ Do jakých medií je v případě této firmy vhodné dávat reklamu? Do jakých časopisů?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 26. 12. 2016

Ing. Vladimíra Khelerová, CSc.
oponent práce