

Studijní program

Ekonomika a management

Studijní obor

Management

Akademický rok

2016/2017

Název práce

Mezikulturní marketing: kulturní porovnání (vybraného státu) a České republiky s implikací na základní marketingový mix

Řešitel

Johana Bursíková

Vedoucí

Ing. Michal Novák

Oponent

doc. Ing. Tomáš Kincl, Ph.D.

Hodnocení práce

Vymezení cíle a jeho naplnění

výborně nebo velmi dobře

Logická stavba a členění práce

velmi dobře

Práce s literaturou, citace, syntéza zdrojů, přehled o dosavadním stavu bádání v dané oblasti

výborně nebo velmi dobře

Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití

výborně nebo velmi dobře

Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům), její teoretické a konceptuální ukotvení

výborně nebo velmi dobře

Vlastní přínos studenta

výborně

Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii

výborně nebo velmi dobře

Formální úprava a náležitosti práce (soulad s šablonou kvalifikační práce), rozsah práce

výborně

Jazyková a terminologická úroveň práce

výborně

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

Předložená bakalářská práce řeší zajímavé téma – poměrně generické téma marketingového mixu je nahlíženo perspektivou kulturních rozdílů. I když zadání neposkytuje příliš vodítek pro posouzení, zda bylo cílů práce dosaženo, lze se domnívat, že k tomu skutečně došlo. Členění práce vykazuje určité nedostatky – čekal bych větší důraz na marketingový mix s ohledem na kulturní rozdíly. Místo toho práce nabízí části věnované spotřebnímu chování (která je navíc zpracována spíše zkratkovitě). Rovněž úplně nerozumím strukturování kapitoly 4 (strategie značky zařazená do stejné taxonomie jako marketingový mix). Oceňuji nicméně práci s literaturou – v části věnované kultuře sice autorka odkazuje jen na několik málo zdrojů, jedná se však o zásadní texty v této oblasti. Zároveň oceňuji využívání primární literatury a snahu o kritické zhodnocení zdrojů a akademickou diskusi.

Metodika poskytuje zajímavé informace (které rozhodně do metodiky patří), postrádám ale trochu více diskuse k výzkumné metodě a jejímu popisu (alespoň ve smyslu rozhodnutí co a jak bude porovnáváno).

Praktická část pak předkládá řadu zajímavých informací, u řady z nich bych ocenil, kdyby práce šla o úroveň hlouběji – např. zabývá-li se text cenou, ocenil bych více informací, než jen „Značka se umísťuje zhruba na úroveň značky L'Oréal, a to z toho důvodu, že se jedná také o evropskou značku“. Rovněž by práci bylo vhodné doplnit částí věnovanou diskusi výsledků s literaturou a celkovému zhodnocení.

Formální stránka práce reflektuje šablonu, po jazykové a stránce se jedná o srozumitelný, čtivý text. Odkazování na literaturu se děje prostřednictvím vyžadovaného citačního stylu (s jednou výjimkou – zdroje patří DO věty).

Otázky k obhajobě (1–2 otázky)

Jak přistupují v Saudské Arábii konkurenční značky Dermacolu ke globálně-lokálnímu dilematu?

Doporučené hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení **výborně nebo velmi dobře**.

Datum

27. 8. 2017

Tomáš Kindl
Podpis

doc. Ing. Tomáš Kindl, Ph.D.