

Posudek oponenta bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Manažer obchodu**

Akademický rok: **2017/2018**

Název práce: **Brand management značky DERMACOL na českém trhu**

Řešitel: **Kateřina Derflová**

Vedoucí práce: **Ing. Přemysl Průša, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Alexandr Asmalovskij**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autorka se ve své práci věnuje tématu brand managementu na trhu s kosmetikou v ČR. Cílem práce je shrnout hlavní poznatky z brand managementu a aplikovat je při zpracování návrhu řízení kosmetické značky Dermacol s pomocí případové studie. Autorka došla ke splnění cíle.

Stavba práce je logická. Teoretická část obsahuje základní poznatky o brand managementu v souladu s cílem a je podložena relevantními zdroji. Metodologická část chybí, byť v úvodu je zmíněna metoda případové studie. V praktické části je popsán způsob sběru dat pomocí dotazování a soubor respondentů, je využita situační analýza, SWOT analýza, je zde aplikována teorie zmíněná v první části práce. Analýza popisující mimo jiné i český trh s kosmetikou čerpá z méně důvěryhodných zdrojů, některé závěry vycházejí čistě z předpokladů autorky z vlastní zkušenosti, nicméně celkově je praktická část dostačující pro bakalářskou práci. Z formálního a stylistického hlediska, s výjimkou neúplné shody cíle na začátku a na konci práce – rozšíření portfolia o produktovou řadu, je obsah zpracován dobře.

Doporučení autorky jsou relevantní a dobře strukturovaná, návrh produktové řady založený na uvedených teoriích je prakticky využitelný. Vytkl bych jen vytvoření některých subjektivních závěrů o značce bez podložení adekvátními zdroji a také nízký počet respondentů zastoupený převážně jednorodou skupinou. Pokud by autorka čerpala informace o reálné strategii přímo od zdroje a získala by více respondentů z různých skupin obyvatel, dalo by se uvažovat o uplatnění navržené strategie řízení značky.

Otázky:

1) Zmiňujete důraz na bio kvalitu a společenskou odpovědnost. Jaké konkrétní CSR aktivity provádí značka Dermacol v současné době? Jaké konkrétní aktivity byste v rámci nové strategie navrhla?

2) Současná a Vámi navrhovaná strategie nízkých cen by mohla být v rozporu s investicí do komunikace pomocí médií (TV), eventů, PR, online marketingu, soc.sítí, a vytvořením nových specializovaných prodejen dle Vašeho návrhu. Jak byste řešila finanční stránku Vámi navrhované strategie?

Závěr: Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 13. 6. 2018

Ing. Alexandr Asmalovskij
oponent práce