Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**
Studijní obor: **Mezinárodní obchod**
Akademický rok: **2018/2019**
Název práce: **Využití nástrojů online marketingu v oblasti luxusních značek**
Řešitel: **Bc. Natália Drozdová**
Vedoucí práce: **Ing. Markéta Kubálková, Ph.D.**
Oponent: **Ing. Ivana Topolová, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	**1**
2.	Logická stavba práce	**1**
3.	Práce s literaturou, citace	**2**
4.	Adekvátnost použitých metod	**1**
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:

Práce je zaměřena na online marketing, ovšem v méně obvyklém segmentu – v oblasti luxusních značek. Tato kombinace není často zkoumána a proto práce může přinášet zajímavé závěry.

Práce je rozdělena na pět kapitol, z nichž první tři můžeme řadit k teoretické části práce a čtvrtou a pátou kapitolu k praktické části práce. První kapitola je věnovaná pojmu luxus, velice zajímavá je část popisující historii luxusních statků. Luxusní statky jsou definovány, popsány znaky. Na tuto část navazuje kapitola zaměřená na marketing luxusních značek. Oceňuji zařazení geografické analýzy. Třetí kapitola věnovaná online marketingu je dobře strukturovaná, uceleně pokrývá problematiku.

V praktické části se autorka zaměřila na analýzu dvou zvolených značek. Popis je dostatečně podrobný, analýza přehledná. Velmi dobře bylo postavené dotazníkové šetření, výsledky od 210 respondentů už má dobrou vypovídací schopnost. Graf na obrázku 12 je odlišně formátovaný. Pátá kapitola je postavená na rozhovorech, jsou dobře dokumentované. Pro přesnější výsledky by bylo vhodné dotazovat více respondentů, i tak jsou ovšem závěry zajímavé.

Práce je dobře strukturovaná, vhodně formátovaná a po jazykové stránce odpovídající. V seznamu citované literatury mají některé online zdroje modrý hypertextový odkaz, jiné černý – bylo by vhodné sjednotit.

Otázky k obhajobě:
- V kap. 2.2 zmiňujete mimo jiné rostoucí význam Afriky, dále už neuvádíte podrobnosti. Popište tedy blíže situaci v Africe.
- Můžete uvést příklad luxusní značky, která nevyužívá žádné formy online marketingu (či jen v minimální míře)?

Závěr: Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 21. 5. 2019

Ing. Markéta Kubálková, Ph.D.
vedoucí práce