

Posudek oponenta bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Návrh a zpracování brandové vánoční marketingové kampaně značky Xiaomi na českém trhu

Autor bakalářské práce:

Ondřej Řepík

Cíl bakalářské práce:

Tvorba konceptu efektivní marketingové kampaně pro co nejefektivnější zlepšení image značky Xiaomi na českém trhu skrze prezentaci jejích unikátních vlastností a konkurenčních výhod, která povede k lepší informovanosti a seznámení potenciálních zákazníků se značkou a také k dlouhodobému zvýšení prodeje produktů značky a zvýšení podílu na trhu s elektronikou.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ 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)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	8
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 řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	94
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autor práce si zvolil aktuální a atraktivní téma pro svou bakalářskou práci v oboru multimédií. Analytická část bakalářské práce je věnována určení cílové skupiny potenciálních zákazníků společnosti Xiaomi na základě kvantitativního a kvalitativního výzkumu a shromáždění poznatků o silných a slabých stránkách společnosti Xiaomi a její pozici vůči přímým konkurentům. Na základě shromážděných poznatků vytvořil tři koncepty marketingové kampaně, přičemž nejvhodnější z nich rozpracoval na podrobné úrovni. Z práce plynou využitelné výsledky i pro budoucí tvorbu marketingových kampaní společnosti Xiaomi. Práce je nadprůměrná a autor splnil kladené požadavky na její tvorbu.

Doporučené otázky k obhajobě:

- 1) Na kterou z identifikovaných cílových skupin potenciálních zákazníků společnosti Xiaomi míří rozpracovaný koncept více? Na základě jakých argumentů bylo zacíleno právě na tuto skupinu?
- 2) Jak vnímáte zkoumaný segment trhu do budoucna a co byste doporučil na základě provedeného výzkumu značkám vyrábějícím elektroniku?

Jméno oponenta bakalářské práce:

Bc. Martin Mikyska

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

neděle 19. leden 2020

Martin Mikyska

oponent bakalářské práce