

Posudek vedoucího bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2019/2020**

Název práce: **Internetový marketing společnosti H&M**

Řešitel: **Karolína Kofferová**

Vedoucí práce: **Ing. Vladimíra Khelerová, CSc.**

Oponent: **Mgr. Ing. Kamila Matysová, Ph.D.**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Předložená BP detailně popisuje problematiku internetového marketingu společnosti H+M. Autorka na základě vlastního výzkumu odhaluje nedostatky v rámci tohoto marketingového nástroje. Je překvapivé, že firma, která má jinak velmi dobrou marketingovou strategii, v této oblasti zaostává. Otázkou zůstává, zda internetový marketing má pro firmu zásadní přínos nebo zda je pouhým doplňkem – doporučuji vysvětlit u obhajoby. Dále doporučuji odpovědět na otázku, jakým způsobem firma bojuje s negativním image, který je s touto značkou svázáno.

Závěr: Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 6. 5. 2020

Ing. Vladimíra Khelerová, CSc.

vedoucí práce