

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta filozofická
Katedra anglického jazyka a literatury

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek vedoucího)

Práci předložil(a) student(ka): Natálie Kostohryzová

Název práce: Branding in the Czech Republic. Etymology of some business terms with focus on cultural aspects of branding strategy in the Czech Republic

Oponoval (u externích oponentů uveďte též adresu a funkci ve firmě): Bc. Jana Havlíčková, MBA

1. CÍL PRÁCE (uveďte, do jaké míry byl naplněn):

Cílem předložené práce bylo branding a marketingové strategie zahraničních firem v České republice a odhalit specifčnosti chování českého zákazníka. Cíl práce byl naplněn skrze teoretickou část zabývající se etymologií základních pojmů branding a marketingu a dotazník zjišťující míru přizpůsobení se marketingové strategie zahraničních firem českému trhu.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita teoretické a vlastní práce, vhodnost příloh apod.):

Zpracovatelka si vybrala náročné téma pro danou oblast. Pracovala samostatně a práci pravidelně konzultovala. Teoretická část práce se zabývá etymologií základních pojmů a úvodem pro problematiku marketingu a branding. Praktická část se opírá o dotazník vyplněný dotazovanými společnostmi z různých odvětví, komentuje výsledky a uvádí závěry, ke kterým autorka skrze dotazník došla. Doporučila bych více rozvést specifčnost českého zákazníka.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, správnost citace a odkazů na literaturu, grafická úprava, přehlednost členění kapitol, kvalita tabulek, grafů a příloh apod.):

Po jazykové stránce je práce zpracována velmi dobře, vizuálně je přehledná a členěná do jasných kapitol. Citace jsou uvedeny v textu a v seznamu citovaných děl na konci práce. Výsledky praktické části jsou znázorněny přehledně díky barevným grafům.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z diplomové práce, silné a slabé stránky, originalita myšlenek apod.):

Práce je zajímavá, aktuální a dobře zpracovaná, přibližuje aktuální téma profesionálním a poutavým způsobem, má i praktické využití v praxi, vhodným způsobem kombinuje poznatky teoretické části a jejich užití v části praktické.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ (jedna až tři):

1. Co vás nejvíce překvapilo při vyhodnocování dotazníku, narazila jste na nějaké překvapivé zjištění?
2. V práci máte sekundární cíl zjištění specifčnosti českého zákazníka, v čem ji spatřujete? Můžete uvést nějaké konkrétní příklady.
3. Míra adaptace strategií pro český trh je vcelku malá, můžete osvětlit, proč je tomu tak?

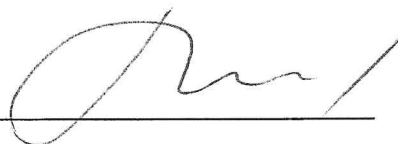
6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA

Výborně.

Datum: 20. 5. 2019

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická
katedra anglického jazyka a literatury

Podpis:



Pozn.: Při nedostatku místa použijte zadní stranu nebo přiložený list.

SOUHLASÍ S ORIGINÁLEM