

Průběh obhajoby bakalářské práce:

Otázky respondentů:

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 v celku malá, můžete osvětlit, proč je tomu tak?

Otázky oponenta:

1. Uveďte prosím pár příkladů ryze českých firem, kterým se podařilo "okopírovat" zahraničí, např. americký styl francouz v ČR? Jak obkázali přizpůsobit zahraniční metody "branding strategy" potřebám ČR?
2. Která firma (či firmy) v otázce 6 tvrdila, že je "entirely independent"? Mohla byste rozvinout, v jakém smyslu je myšleno "entirely independent"?
3. Zaregistrovala jste nějakou korelaci mezi firmami, které v otázce 13 v dotazníku zaškrtnly "full freedom" a konkrétním typem této společnosti nebo jejich značky?

Bakalářská práce vedena v : anglickém jazyce
 Obhajoba vedena v : českém jazyce

Klasifikace:

..... výborně

Datum obhajoby:

5. června 2019

SOUHLASÍ S ORIGINALÉM