

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta filozofická
Katedra germanistiky a slavistiky

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek vedoucího)

Práci předložila studentka: Ladislava Čapková
Název práce: Geschäftskontakte und Teilnahme der westböhmisches Unternehmen an den bayerischen Messen

Hodnotil: Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

1. CÍL PRÁCE:

Bakalářská práce se zabývá obchodními kontakty a účastí západočeských podniků na veletrzích v Bavorsku. Hlavním cílem bylo zjistit, jaké veletrhy se v této spolkové zemi konají a které západočeské firmy je navštěvují. Jedná se o téma, které organicky zapadá do profilu absolventa oboru Cizí jazyky pro komerční praxi na Fakultě filozofické Západočeské univerzity v Plzni, neboť propojuje jak disciplíny ekonomické (Podniková ekonomika pro neekonomy, Obchod a služby, Základy mikroekonomie), tak předměty spojené s hospodářskou němčinou a realii (Němčina v komerční praxi, Německé realie, Překlad v komerční praxi). Cíl práce byl splněn.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:

Teoretická i praktická část mají vyvážený poměr. V teoretické části autorka postupuje v jednotlivých kapitolách od obecného ke konkrétnímu; v kap. 1 od základních pojmů z oblasti mezinárodního marketingu přes analýzu mezinárodních trhů (tzv. *analýza PEST*) po marketingovou komunikaci v mezinárodním obchodě; v kap. 2 od představení rozdílů mezi veletrhy a výstavami, přes plánování veletrhů, jejich zakotvení v konkurenčním prostředí, klasifikaci veletrhů po uplatňování public relations na výstavách a veletrzích. Autorka vychází ze zdrojů v německém jazyce (Eismann; Meffert; Kreuter) i ze zdrojů české provenience (Machková; Pavlů; Příkrylová/Jahodová; Svoboda – viz seznam literatury na s. 50). Pro zjišťování informací o západočeských firmách a o bavorských veletrzích pracuje nejen s internetovými zdroji a doplňkově se zdroji z časopisů a brožur (viz příloha 3), ale při osobních návštěvách využila i služby tří poradenských institucí v Plzni (viz s. 35). V praktické části jsou představeny základní údaje o historii česko-německého obchodu, tipy pro účast na veletrhu, veletrhy v Bavorsku a jedna z pohledu autorky relevantní podnikatelská akce konaná v Klatovech (kap. 3). V kap. 3.2 autorka vybírá pět „nejznámějších“ bavorských veletrhů, není ovšem zcela jasné, podle jakého kritéria jejich proslulost hodnotí. Na jednu stranu je sevřený a úsporný styl bez zahlcování zbytečnými detaily čtenářsky komfortní, na druhou stranu zde čtenář může některé veletrhy postrádat (např. Americana, GrindTec, Interlift, Drinktec, Expo Real, Opti, Interzoo). Kap. 4 obsahuje seznam devíti západočeských firem (v jednom případě jde o firmu středočeskou s pobočkou ve Starém Plzenci), které autorka kontaktovala. Reakce přišla od pěti firem, z čehož dvě byly ochotny předat autorce své konkrétní zkušenosti s veletrhy v Bavorsku. Odpovědi těchto podniků autorka vyhodnotila a okomentovala.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA:

Obě interview byla vedena v českém jazyce (viz originální verze v příloze č. 1 a 2) a následně autorkou přeložena do německého jazyka (kap. 4.2.1 a 4.2.2). Autorčin překlad lze v rámci bakalářského studia hodnotit jako zdařilý. Citace a odkazy na literaturu jsou správné. Grafická podoba práce, ortografie i interpunkce jsou na velmi dobré úrovni. Vytvořené či adaptované tabulky (1-6) názorně ilustrují text. Je třeba jen dávat pozor, aby legenda v tabulce nebyla „rozkouskovaná“ (např. „Grün/dung“; „von Durchflussmessgeräte/n“; čárka na začátku řádku) nebo slitá písmena („HoršovskýTýn“) – viz tab. 7. Gramaticky a stylisticky je cizojazyčný text na výborné úrovni.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE:

Postup práce byl pravidelně konzultován. Poznatky jsou propojeny do organického celku a prezentovány přehledně a uceleně, díky čemuž čtenář získá plastický obrázek o možnostech, které skýtají bavorské veletrhy pro západočeské podniky. Autorka dospěla k závěru, že i v 21. století jsou veletrhy stále aktuální a vyhledávané.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLÍŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:

Při účasti na veletrhu je zásadní správná etiketa. Jak by měl zaměstnanec českého podniku správně vystupovat na veletrhu? Formulujte zásady k pojmům: *Messegespräch, nonverbale Kommunikation, Kleiderordnung, Networking*.

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA: výborně

Datum: 22.5.2019

Podpis: