

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Dimitrovová Karin

Název práce: Marketingová strategie vstupu nositelných technologií na lokální trh

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Koudelková Petra

Pracoviště: KMKPR, IKSŽ, FSV UK

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Struktura práce byla upravena k prospěchu bakalářské práce.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	1
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	4

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Autorka kvalitně zpracovala teoretickou část, na niž pak úspěšně aplikovala jednotlivé analýzy a výzkum.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	4

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce má nedostatky ve formátování např. zarovnání vlevo vs. zarovnání do bloku, dále to jsou různé fondy písma v seznamu literatury, nekvalitní zobrazení grafů z dostatečného šetření apod.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Autorka si zvolila zajímavé, ale velmi těžké téma na zpracování. Kladně hodnotím teoretický základ práce, který sloužil jako výchozí bod pro praktickou část. V práci byl proveden výzkum, který měl zmapovat postavení hodinek Apple watch na českém trhu. V tomto případě si myslím, že vzorek respondentů měl být vyšší, aby se zvýšila jeho vypovídací schopnost. Dále v něm postrádám jednu zásadní otázku typu "proč byste si hodinky Apple watch nepořídil/a?". Díky ní by bylo možné návrhy více přizpůsobit požadavkům českých zákazníků. Také kapitola 9. Návrh marketingového mixu pro vstup na lokální trh, je spíše konstatování současné situace místo návrhů.

Je zřejmé, že firma Apple používá v podstatě stejnou podnikovou strategii na různých trzích, a proto je toto téma velmi těžce uchopitelné. Dalo se však více využít výsledků výzkumu a vytvořit různá doporučení, která by byla použitelná na českém trhu. Tím by autorka prokázala větší znalost jednotlivých marketingových strategií a jejich aplikace.

Přesto, že téma bylo obtížné, je práce vypracována docela dobře, proto navrhuji hodnocení mezi velmi dobře a dobře a o konečné známce bude rozhodnuto při obhajobě.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Proč jste do návrhů na distribuci na českém trhu neuvedla také možnost prodeje v luxusních butikách, tak jako je tomu v zahraničí?
5.2	

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!