

Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:
Michaela Večeřová

Vedoucí/oponent BP:
doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

Ak. rok:
2011/2012

Téma BP:

Reklama a spotřebitelské chování na japonském trhu

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	10
2	Splnění cílů práce	7
3	Teoretická část práce	9
4	Praktická část práce (analytická část)	10
5	Praktická část práce (řešící část)	10
6	Formální úroveň práce	10
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		56

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Studentka si vybrala náročné téma překračující svou náročností požadavky kladené na bakalářskou práci. Bohužel si v úvodu práce nedefinuje cíle práce, což činí vyhodnocení bodu dvě evaluační tabulky víceméně nemožné. V teoretické části vytváří autorka práce teoretický základ pro praktickou část. Kvalitu této části práce snižuje skutečnost, že autorka vůbec nezmiňuje kulturní rozdíly na základě kulturních dimenzí (Hofstede, Schwarz, projekt Globe), které představují z pohledu tématu práce v současnosti nejčastěji využívaný teoretický základ pro vyjádření kulturních odlišností v oblasti reklamy i spotřebního chování. Existují desítky studií z této oblasti včetně komparace asijských kultur s americkými v oblasti reklamy atd. Na straně druhé je nutné ocenit odvahu se kterou studentka přistoupila k řešení bakalářské práce. Výsledky jejího dotazníku rovněž překračují rámec běžné bakalářské práce a je potřeba je ocenit. Potvrzují fakta získaná renomovanými výzkumy v této oblasti v minulosti uskutečněnými zmíněnými výše. Klady práce převyšují její nedostatky uvedené v úvodu hodnocení a tuto skutečnost proto promítám i do celkového hodnocení práce, kterou s výhradami považuji za výbornou.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete definovat základní rozdíly mezi českým a japonským reklamním stylem v oblasti kreativní reklamní strategie?
2. Zvolte si libovolnou produktovou kategorii nebo značku a zvolte vhodné apely pro oslovení cílové skupiny. Zdůvodněte a zdůrazněte kulturní odlišnosti.

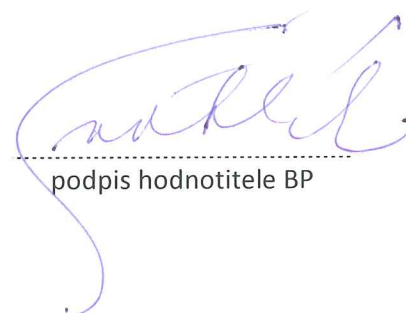
Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



Práce nespĺňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 1.5.2012



podpis hodnotitele BP