

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Zuzana Štěpánková
Název práce	Vliv značky na nákupní rozhodování
Obor/forma studia	MK KS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Michal Rožek

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	a
2 Nastavení cílů a metod práce	30	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	b
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,11</b>	<b>A</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Dobře napsaná BP. Na BP mi osobně vadí pouze to, že se zaměřuje na hledání souvislostí značka = nákup pouze u značky jedné, globálně fenomenální. V takovém případě je vcelku jasné, že mezi značkou a nákupem bude existovat jakási přímá úměra. Mnohem zajímavější by bylo porovnávat tyto korelace napříč různými tržními segmenty a napříč různě zavedenými značkami.

BP přesto hodnotím výborně.

### Otázky k obhajobě:

Je Baťa značkou obuvi nebo značkou sítě prodejen? Jaké je dnešní vnímání značky?  
Jaký vliv při rozhodování o nákupu budou mít značky z oblasti mobilních operátorů?  
Vyjmenujte tři aspekty značky, které hrají při rozhodování o nákupu největší roli, podle Vás.

V Brně dne 12.5.2013

Podpis: