

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Psychologický profil a kulturní hodnoty současného konzumenta pohledem strategického marketingu

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Horvátová Karolína

**Oponent práce:** Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	<b>X</b>
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	<b>X</b>
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	<b>X</b>

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	<b>X</b>
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	<b>X</b>
<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Práce je na hranici obhajitelnosti. Vykazuje 55% shodu (s předchozí verzí?) Podstatou práce mělo být zjištění preferencí studentů při výběru a nákupu mobilního telefonu. Bohužel se podstatná část práce věnuje technickým charakteristikám telefonů. Místo snahy o popis současného konzumenta (viz název práce) se autorka z nepochopitelných důvodů (záměna?) uchyluje na třech stranách (str. 15-17) k psychologickému popisu prodejce a prodejním technikám. I když je práce velmi krátká, stihla autorka ještě i na takto malém prostoru obsáhnout problematiku "procesu tvorby a realizace reklamní kampaně" - což by bylo na samostatnou práci. Vlastní závěry sice vyvozené jsou, nicméně jelikož práce se v podstatě korektním zjišťováním a analýzou spotřebitelských preferencí příliš nezabývá, těžko je lze považovat za hodnotný výsledek.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Mezi elementární výsledky zkoumání spotřebitelských preferencí patří zjištění hierarchie potřeb. Můžete dodatečně vysvětlit (a prokázat), na čem vlastně studentům při výběru mobilního telefonu záleží nejvíce?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

V závěrech (str. 36) uvádíte, že o Smartpohony se více zajímají ženy. To soudíte podle toho, že podíl žen v dotazníkovém šetření činil 60 % nebo máte jiné důkazy?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Klasifikace</b>	výborně	
	velmi dobře	
	dobře	<b>X</b>
	nevyhovující	

**Datum: 15.09.2014**

---

**Podpis oponenta práce**