



## POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Bc. Iveta Sixtová

**Název práce:** Vliv značky produktu na rozhodování spotřebitele o nákupu.

**Autor posudku:** doc. Ing. Hana Mohelská, Ph.D.

**Cíl práce:** Cílem práce je posoudit vliv značky produktu na rozhodování spotřebitele o nákupu.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	A	C	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Dílní připomínky a náměty:

Nemám zásadní připomínky.

### Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

V dnešní době jsou spotřebitelé na trhu zahlceni velkým množstvím značek a produktů. Primárně jsou ovlivňováni jejich individuálními přístupy, vyznávanými hodnotami a také prostředím, ve kterém vyrůstají a žijí. Podstatnou roli tu však hraje i vnímaná hodnota obchodní značky, pomocí které se marketéři snaží ovlivnit vnímání a postoje spotřebitelů ke značce, k tomu je zapotřebí rozumět nákupnímu chování spotřebitele a rozhodovacímu procesu kupujícího. Pokud značka zákazníka uspokojí, stane se pak loajální a vybuduje si k ní kladný vztah. Značka slouží k odlišení od konkurence a je to mocný nástroj, který by měl přilákat zákazníky, udržet si je a zůstat jim v paměti.

V souvislosti se značkou a spotřebitelem se nabízí otázka, zda značka produktu ovlivňuje spotřebitele při rozhodování o nákupu. V aplikační části této práce je proveden výzkum zaměřený na značky notebooků, který byl realizován v České republice a na Tchaj-wanu. Výsledky jsou zaměřeny na respondenty ve věkové kategorii 19 – 26 let, kde jsou tyto země nejprve analyzovány jednotlivě a následně je provedeno srovnání těchto dvou zemí.

Autorka ve své práci pracovala systematicky, správně interpretovala získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Pracovala samostatně, se zájmem o vybrané téma. Zvolené metody a způsob jejich použití jsou adekvátní.

Na základě výše uvedeného lze konstatovat, že cíl práce je naplněný, práce je v souladu s Výnosem č. 1/2000 ve znění pozdějších úprav ze dne 12. 1. 2011.

#### **Otázky k obhajobě:**

Čím si vysvětlujete, že čeští a tchajwanští respondenti označili za symbol kvality značku Apple?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: A - výborně**

**V Hradec Králové, dne 15. května 2017**

---

**podpis**