

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce se věnuje aktuálnímu tématu spojeného s projevy internacionalizace na národních trzích. Práce má standardní strukturu jednotlivých částí, které vycházejí z Metodiky zpracování BP na VŠERS. Rešerše odborných zdrojů je zaměřena na marketingovou komunikaci a spotřební chování. *Výhradu lze mít především k aktuálnosti citovaných zdrojů. Je škoda, že poznatky z deskripce zdrojového aparátu nebyly plně využity pro zpracování dalších kapitol.*

Pro praktickou část práce byly vybrány produkty severní Makedonie. *Autorka v bakalářské práci pro možnost prodeje vybraných makedonských produktů využívá různá označení. Např. v názvu třetí kapitoly je severní Makedonie, v cíli najde čtenář označení balkánské produkty, dále makedonské produkty, závěr práce hovoří o produktech severní Makedonie.*

Praktickou část práce představuje kapitola 4 Možnosti vstupu vybraného sortimentu makedonských produktů na český trh. Jako metodu autorka využila postup označovaný STP, který dává možnost základní orientace jakému spotřebiteli by měly být produkty nabízeny, o jaký sortiment produktů se jedná a jakou formou komunikace bude nabízen. Český trh je zúžen na trh a konkurenci v krajském městě Českých Budějovic. Zde je škoda, že uvedené se čtenář nedozví v části Cíl a metodika BP. Pro zjištění potenciálního zájmu zákazníků o makedonské produkty je proveden *marketingový výzkum, který vykazuje některé nedostatky již v sestaveném plánu výzkumu.*

Na cíl práce reaguje kapitola šestá, která prezentuje vyhodnocení výzkumu a návrh marketingové komunikace. Autorka reaguje na současnou epidemiologickou situaci a navrhuje mj. komunikační nástroje v prostředí internetu. *Je škoda, že návrhy jsou v poměrně obecné rovině.*

Autorka podcenila závěrečnou korekturu práce. Např. v Obsahu literatury se vyskytují chyby v pořadovém značení subkapitol (2.1.1 správně 2.3.1 dále 2.1.2 a 2.1.3). Stejný je název kap. 2.5 a 6.2. Dále se jedná o nedostatky ve využívání odborné terminologie.

Přes uvedené lze konstatovat, že práce naplňuje stanovená kritéria bakalářských prací.

Otázky k obhajobě:

1. V části 2.2 Nákupní chování spotřebitele je uvedena typologie nákupního chování. Je možné uvedenou typologii využít i pro makedonské zákazníky?
2. Na str. 24 uvádíte „k propagaci značky na internetu se obvykle používají“: mj. Marketing na podporu komunit. Můžete blíže specifikovat?

Datum: 23. dubna 2021

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBŘÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce