

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Vendula ZIEGLEROVÁ
Název práce	Význam a využití neuromarketingu ve vybrané firmě
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Švarcová Marie, Ing. Ph.D.
Oponent	Kubová Veronika Mgr.

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

Poznámka:V případě neuromarketingu se jedná o aktuální a poměrně náročné téma, jehož komplexní zpracování vyžaduje seznámení se s řadou technicky a metodologicky komplikovaných souvislostí, což diplomantka velmi dobře zvládla.

2. Logická struktura práce 1.0

Poznámka:Diplomantka pojednává o hlavních v neuromarketingu využívaných metodách v širší, která překračuje nároky na běžnou bakalářskou práci. Představuje podstatné koncepty, prokazuje, že jim rozumí a používá adekvátní terminologii.

3. Naplnění cíle práce 1.0

Poznámka:Práce naplňuje stanovený cíl: došlo k popisu konkrétního využití neuromarketingu pro vytvoření reklamní kampaně. Je třeba ocenit, že se diplomantka coby plnohodnotný člen výzkumného týmu s tímto využitím seznámila velmi zevrubně.

4. Metodický postup 1.0

Poznámka:Během terénního sběru dat si diplomantka osvojila metody a techniky sběru dat v rámci kombinovaného neuromarketingového přístupu. Po zaškolení samostatně zvládla sběr biometrických dat, měření reakčních časů i recall dotazník.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.0

Poznámka:Text obsahuje kapitolu pojednávající o možnostech využití neuromarketingu a jeho specifických přínosech pro utváření marketingových strategií firem, což lze považovat za uspokojivé zobecnění využitelné i nad rámec samotné práce.

6. Praktický přínos práce 1.0

Poznámka:Diplomantka se během svého plnohodnotného zapojení do sběru dat v rámci marketingového výzkumu seznámila s tím, jak se metody a techniky neuromarketingu správně provádějí a využívají, což ji činí schopnou se na výzkumech přímo podílet

7. Práce s literaturou 1.0

Poznámka:Teoretická část práce vychází z dostatečného množství relevantní a zároveň aktuální odborné literatury a dalších zdrojů. Představení metod a technik i možností využití neuromarketingu je tak podloženo zcela odpovídajícím způsobem

8. Formální stránka 1.0

Poznámka:Práce je formálně a formulačně celkově na vysoké úrovni.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Vedle všeho, co již bylo výše zmíněno, bych ráda ještě jednou vyzdvihla skutečnost, že se v rámci zpracování bakalářské práce diplomantka nejen zevrubně seznámila s teoretickým pozadím fungování a využití neuromarketingu, ale stala se i plnohodnotným členem výzkumného týmu, který neuromarketingový výzkum v nedávné době realizoval. Samostatně a velmi kvalitně zvládla implementaci všech v rámci výzkumu využívaných technik sběru dat (konkrétně šlo o biometrická měření pomocí EEG a oční kamery, reakční časy a dotazování pomocí tzv. recall dotazníku) a zajímala se i o mechanismus interpretace výstupů a formulaci navazujících doporučení, kterými lze zefektivnit konkrétní reklamní kampaň. Celkově lze říci, že maximálně využila všech možností, pro pochopení, jak daný nástroj zefektivnění marketingové strategie firmy funguje i příležitosti naučit se prakticky provádět sběr dat. Jako její supervizorka v rámci zmíněného výzkumu si troufám říct, že souvislostem využití neuromarketingu dobře porozuměla a do budoucna je schopná se do takového výzkumu opět platně a užitečně zapojit.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Neuromarketingový výzkum je oproti jiným formám běžně využívaným se výzkumu trhu poměrně technicky a organizačně náročný. Jeho využití však může přinést specifické benefity, které jiné výzkumné techniky nezajistí. Popište, prosím, nějaké takové specifické přínosy neuromarketingu a vysvětlete, kde (a jak) se jeho využití vyplácí.

Datum: 04.05.2018

Podpis oponenta