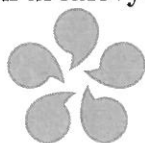


**Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích**  
**Filozofická fakulta**  
**Ústav česko-německých areálových studií a germanistiky**



**POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

|                   |  |
|-------------------|--|
| Studijní obor:    | Evropská teritoriální studia – ČR a německy mluvící země       |
| Akademický rok:   | 2013/2014  |
| Název práce:      | Marketingstrategie am Beispiel des Unternehmens Student Agency |
| Autor/ka práce:   | David Dubec  |
| Vedoucí práce:    | Dr. habil. Jürgen Eder   |
| Oponent/ka práce: | Anja Edith Ference, M. A., Ph. D.                              |

| <b>1. HODNOCENÍ OBSAHOVÉ STRÁNKY PRÁCE</b><br>(hodnocení vyznačte X)              | 1   | 2 | 3 | 4 | Nelze hodnotit |
|---|---|---|---|---|----------------|
|   | Stanovení cíle/hypotéz/výzkumných otázek a míra jejich naplnění | x |   |   |                |
| Použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu                 | x   |   |   |   |                |
| Faktická, věcná a obsahová správnost  | x   |   |   |   |                |
| Relevantnost tématu v rámci oboru (s ohledem na současný stav výzkumu)            | x   |   |   |   |                |
| Interpretace výsledků   | x   |   |   |   |                |
| Formulace závěrů práce  | x   |   |   |   |                |
| Odborný přínos práce a její praktické využití                                     | x   |   |   |   |                |
| Schopnost argumentace a kritického myšlení autora/ky                              | x   |   |   |   |                |
| <b>2. HODNOCENÍ FORMÁLNÍ STRÁNKY PRÁCE</b><br>(hodnocení vyznačte X)              |   |   |   |   |                |
|   | 1   | 2 | 3 | 4 | Nelze hodnotit |
| Shromáždění relevantních informací (literatury a ostatních zdrojů)                | x   |   |   |   |                |
| Provázanost a sled textu, návaznost kapitol                                       | x   |   |   |   |                |
| Grafická úprava textu   | x   |   |   |   |                |
| Jazyková a stylistická úroveň práce   | x   |   |   |   |                |
| Práce s odborným jazykem  | x   |   |   |   |                |
| Práce s daty, informacemi a odbornou literaturou (správnost a četnost odkazování) |   | x |   |   |                |
| Vhodnost příloh (pokud je práce obsahuje)   | x   |   |   |   |                |

### 3. ZÁVĚREČNÉ SLOVNÍ HODNOCENÍ Oponenta BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Die Arbeit zeichnet sich durch einen logischen Aufbau und eine sehr gute detaillierte Analyse aus. Der Studierende hat erfolgreich unter Beweis gestellt, dass er eine wissenschaftliche Arbeit in der Fremdsprache Deutsch auf hohem sprachlichen Niveau verfassen kann. An einigen Stellen gab es im theoretischen Teil inhaltliche Unklarheiten, die aber den positiven Gesamteindruck nicht trübten (Bsp.: Vgl. S. 11 und 12 produktorientiertes Marketing und massenorientiertes Marketing überschneiden sich? / Vgl.: 1. 1. 3. und 1. 1. 4.: Was ist mit dem massenorientierten Marketing passiert?). Im praktischen Teil bewies der Student überzeugend, dass er anhand des Unternehmens Student Agency die Marketingstrategie eines Unternehmens analysieren kann.

Formal ist kritisch anzumerken, dass es besser gewesen wäre, im Text anstelle der deutschen Übersetzung von nichtdeutschen Zitaten, die Zitate in der Originalsprache anzuführen. Die Übersetzung der fremdsprachlichen Zitate kann dann entweder im Anmerkungsapparat, oder gleich nach dem Zitat im Text erfolgen.

#### Fragen:

Inwieweit halten Sie es für möglich, bzw. realistisch dass Student Agency in naher Zukunft das tschechische Eisenbahnnetz beherrschen wird?

#### PRÁCI K OBHAJOBĚ: DOPORUČUJI – NEDOPORUČUJI

#### NÁVRH NA KLASIFIKACI BAKALÁŘSKÉ PRÁCE:

VÝBORNĚ – VELMI DOBŘE — — DOBŘE – NEVYHOVĚL/A

2.6.2014

Datum



Podpis