

Škoda Auto Vysoká škola

Posudek oponenta bakalářské práce

Téma bakalářské práce:

**Analýza a porovnání marketingové strategie víceznačkového
prodejce automobilů**

Autor bakalářské práce:

Martin Nedvěd

Oponent bakalářské práce:

Ing. Jiří Jíra

Datum zpracování posudku: 22.5.2011

Hodnocení bakalářské práce¹:

	úplně	z větší části	částečně	nesplněno
Splnění cíle a zadání BP:		X		
Struktura BP	vhodná	vhodná částečně	nehodná	
	x			
Využití odborné literatury při zpracování BP:	velmi dobré	průměrné	nízké	nedostatečné
	X			
Úroveň práce s literaturou (syntéza, citace):	velmi dobrá	průměrná	s nedostatky	nedostatečná
		x		
Použití exaktních metod, vlastní závěry, analýzy, doporučení:	ve velké míře	přiměřeně	částečně	nedostatečné
			X	
Přínosy BP, možnost využití výsledků v teorii či praxi:	významné	průměrné	omezené	nevyužitelné
			X	
Vybavení práce tabulkami, grafy a přílohami:	odpovídající	odpovídající částečně	nedostatečné	
	x			
Formální úprava BP (vzhled, přehlednost, pravopisné chyby):	velmi dobrá	průměrná	slabá	neuspokojivá
	X			
Stylistická úroveň (čitivost, odborné vyjadřování, logický sled):	velmi dobrá	průměrná	slabá	neuspokojivá
		X		

Poznámka: Doplňte do příslušného rámečku křížek.

Další hodnocení:

Bakalářská práce pana Nedvěda si jako cíl vytkla zjistit, jak je využíván marketing u víceznačkového prodejce osobních vozů, provést porovnání marketingových aktivit jednotlivých prodávaných značek a popř. navrhnout opatření ke zlepšení. Práce je formálně dobře členěna na část teoretickou a aplikační.

V teoretické části autor popsal pojmy marketingový mix se zvláštním zřetelem na model 4C a podrobně rozvedl téma marketingové komunikace.

Aplikační část je věnována rozboru marketingového mixu společnosti INVEST TEL AUTO s.r.o.(ITA) Jako velmi pozitivní vyzdvihují kapitolu č.4, kde jsou pomocí SWOT analýzy posouzeny silné a slabé stránky společnosti ITA. Určitým nedostatkem bakalářské práce je skutečnost, že, nejsou dostatečně analyzovány rozdíly v marketingových aktivitách jednotlivých prodávaných značek (Škoda, Citroen, Hyundai, Renault), což by mělo být jedním z cílů BP. Náměty na zlepšení marketingových činností firmy se týkají především rozšíření internetové reklamy a zlepšení komunikace se zákazníky a je možno je hodnotit kladně.

Celkově konstatuji, že i přes určité nedostatky, zmíněné výše, bylo cíle práce dosaženo.


¹ Bakalářskou práci ohodnoťte podle kritérií uvedených v tabulce a poté v několika větách. Při hodnocení se zaměřte hlavně na naplnění cíle práce, využití postupy řešení, význam práce pro praxi a pro teorii, Vaše stanovisko k bakalářské práci.

Otázky k obhajobě bakalářské práce (2 – 3 otázky):

1. Jaké marketingové aktivity byste navrhl použít pro cílovou skupinu tzv. fleetových zákazníků?
2. Jak může obchod s ojetými vozy napomoci obchodu s vozy novými?

S přihlédnutím k uvedeným skutečnostem bakalářskou práci **doporučuji**
a navrhuji klasifikaci: **velmi dobře.**

Datum: 22.5.2011


.....
podpis oponenta bakalářské práce