

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Analýza marketingu koncernu Volkswagen Group na evropském trhu
Jméno autora:	Ladislav Dlask
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Petra Šeráková, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut ekonomických studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání bakalářské práce je považováno za průměrně náročné.	

Splnění zadání	splněno s většími výhradami
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Potenciál bakalářské práce zůstal do jisté míry nevyužit.	

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Bez komentáře.	

Odborná úroveň	D - uspokojivě
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
V závěrečné práci je několik faktických nesrovnalostí (cf. Údaj 24,7 % v Grafu 5 a údaj 22,47 % v doprovodném komentáři na str. 28), místy se opakuje též text (viz 2.2.4.2) a v práci často chybí zasazení dat do širších souvislostí.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	E - dostatečně
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Bakalářská práce obsahuje řadu pravopisných chyb a překlepů, formálním nedostatkem je chybějící zarovnání do bloku u některých oddílů. U grafů 2 a 3 by bylo vhodné doplnit číselné popisky.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	C - dobře
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Závažným nedostatkem některých oddílů je čerpání informací pouze z jednoho zdroje – např. Integrovaná marketingová komunikace (1.2.3.2), Distribuce (1.2.4), Komunikační strategie (1.3) atd. Pro účely závěrečných prací je žádoucí volba různých pramenů a využití pestré škály zdrojů.	

Další komentáře a hodnocení

Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.

Bez komentáře.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Členění práce není v některých (pod)kapitolách logické – např. autor na str. 21 uvádí, že se divize automobilové dopravy dělí na skupiny CORE, PROGRESSIVE a SPORT LUXURY (oddíl 2.2.1 Automobilová divize), ale následně celý Segment CORE (2.2.1.1) staví na stejnou úroveň jako značky, které do něj spadají (2.2.1.2 Škoda Auto, 2.2.1.3 SEAT a CUPRA).

Třebaže jsou na str. 28 v Grafu 5 mezi značkami uvedeny také Volvo a Nissan, paradoxně zde není zmíněna společnost Mercedes-Benz Group AG (dříve Daimler-Benz AG).

Analytická část práce je tvořena výlučně deskripcí a využitím jednodušších metod (např. vážený průměr).

Dotazníkové šetření má s ohledem na nízký počet respondentů pouze doplňkový charakter. Dále lze vytknout, že autor při hodnocení vlastností automobilů nechal v potaz některé další parametry (např. bezpečnost, spotřeba).

Otázky k obhajobě:

1/ Na str. 24 autor v Tabulce 1 uvádí, že zisk na 1 kus prodaného vozu SEAT činí 7 EUR (169 CZK) – jak k tomuto výsledku došel?

2/ V kapitole 1.5.4.2 Vize, mise a poslání chybí charakteristika pojmu „mise“ – co to v marketingovém pojetí znamená?

3/ Proč byla otázka „Jaká cena je dle Vás adekvátní pro rodinný elektromobil podobný modelu Škoda Octavia?“ v dotazníku uvedena jako nepovinná?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **D - uspokojivě**.

Datum: 2.9.2023

Podpis: Petra Šeráková v.r.