

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Event Marketing ve společnosti Škoda Auto, a.s.
Jméno autora:	Daniela Kroulíková
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Roman Pilát
Pracoviště oponenta práce:	BMW Group Česká republika

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Náročnost zadání závěrečné práce na téma Event Marketing v společnosti Škoda Auto, a.s. odpovídá úrovni bakalářské práce.	

Splnění zadání	splněno
<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>	
Zadání práce autorka kompletně splnila. Vytyčené cíle spočívající v porovnání teoretických a praktických hledisek event marketingu byly rozpracovány do dvou kapitol. Poměrně obsáhlá a dobře strukturovaná teoretická část dala dobrý základ pro uplatnění těchto poznatků v části praktické, kde se autorka zabývala zmapováním zvolených hledisek při organizaci akcí YETI PARK a KODIAQ CAMP společností Škoda Auto, a.s. Závěr obsahuje avizované zhodnocení obou eventů a jsou zde uvedené i návrhy na zlepšení v rámci celkové oblasti chápání event marketingu vozidel Škoda Auto v budoucnosti.	

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Zvolený postup řešení problematiky porovnání eventů je vzhledem na dostupné materiály správný. Oceňují využití teoretických znalostí event marketingu a jejich aplikaci v praktické části, doplněné o informace ze získaných interních materiálů ke zvoleným akcím. Vhodně zvolený polostrukturovaný rozhovor s manažerem společnosti doplnil důležité informace a na základě získaného byl vypracovaný závěr.	

Odborná úroveň	A - výborně
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Úroveň odbornosti této závěrečné práce je na výborné úrovni. Autorka prokázala znalost problematiky v teoretické části a dokázala tyto vědomosti aplikovat v části praktické.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Závěrečná práce má přehlednou strukturu a odpovídající jazykovou úroveň. Orientace jednotlivých kapitol směřuje k dosažení stanovených cílů. Rozsah práce odpovídá úrovni bakalářské práce.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi 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</i>	

zvyklostmi a normami.

Práce obsahuje jak pestrou škálu správně citovaných a vhodně zvolených citací, tak i diverzifikovaný seznam literatury a zdrojů, ze kterých bylo v průběhu tvorby práce čerpáno. Výběr zdrojů a korektnost citací hodnotím velmi dobře.

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.

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

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.

Závěrečná práce je zaměřena na využití event marketingu ve společnosti Škoda Auto, a.s. v porovnání dvou eventů určených pro propagaci SUV vozidel ŠKODA YETI a ŠKODA KODIAQ v čase jejich uvedení na trh. Z obou akcí má autorka k dispozici interní výstupy pro zhodnocení. V případě YETI PARKU je ukazatelem efektivnosti vývoj prodeje s procentuálním zastoupením zákazníků, kteří se zúčastnili eventu. U KODIAQ CAMPU jsou nástrojem vyhodnocení dotazníky spokojenosti směřované účastníkům akce. Interní podklady doplněné o polostrukturovaný rozhovor s manažerem společnosti slouží jako podklad pro vyhodnocení a vytvoření doporučení k realizaci budoucích akcí v event marketingu. Všechna doporučení se opírají o analýzy uvedené v závěrečné práci. Bakalářská práce je dobře strukturovaná, přehledná a obsahuje vhodně zvolené zdroje. Autorka prokázala odbornou práci s dostupnými zdroji a plně naplnila stanovené cíle.

OTÁZKA:

Který ze dvou vybraných eventů považujete za lepší volbu v případě, že chce společnost Škoda Auto, a.s. zvýšit prodej daného vozidla a proč?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 6.6.2017

Podpis:

