

Posudek

na diplomovou práci „Marketingové strategie a zavedení motocyklu JAWA 250 na trhy nově přistoupivších zemí Evropské unie“ Jiřího Krafta, studenta 4. ročníku oboru Management TVS

Náročnost tématu na jeho řešení:

Téma je velmi náročné z hlediska projekčního, které závisí na invenci a zkušenostech a angažovanosti autora ve spolupráci s firmou JAWA. Téma je náročné především a analýze možností pro vymezení pozice v konkurenci na trhu motocyklových firem, které má firma JAWA v současném období pro další prosperující rozvoje. Zdrojem informací jsou pro autora především výsledky marketingového výzkumu, který realizoval s 2 experty pro rumunský trh a se 100 potenciálních zákazníků téhož trhu, které byly realizovány elektronickým dotazováním. Zároveň i příloze je uveden srovnávací průzkum českého trhu z roku 2006, který realizoval autor pro své potřeby. (Příloha č.1 3.4. - 12 stran). Diplomová práce byla náročná především v organizaci sběru dat od expertů na rumunský trh a samotných potenciálních rumunských zákazníků. K vysokým pozitivům patří především to, že uvedené návrhy jsou (návrh polokapotáže motocyklu Jawa 250 Travel od autora) a budou využity v praxi firmy JAWA.

Teoretické znalosti:

Autor prezentuje adekvátní teoretické znalosti z oblasti marketingu – specificky pro konkurenci, strategii řízení podniku, krátkodobé a dlouhodobé cíle podniku. Dále pak v oblasti strategického marketing, kde se zaměřil na analýzu současných marketingových strategií vhodných pro řízení výrobního podniku služeb a vzhledem k provedenému marketingovému výzkumu pak proces marketingového výzkumu. Teorie vyhovuje zadání a cílům práce. Teoretická část představuje 43 stran práce.

Použité metody a jejich adekvátnost k řešení tématu:

V kapitole metodologie práce autor uvádí metody marketingového výzkumu písemného a osobního dotazování. Analýzu SWOT umístil do kapitoly teoretických východisek a bere ji jako součást strategie podniku. Metody jsou odpovídající řešení tématu a pojetí marketingového výzkumu.

Logická stavba práce, úprava a stylistická úroveň:

Diplomová práce uvedeného studenta, má logickou strukturu. Celkový rozsah DP je 95 stran textu, 19 titulů literatury, 5 elektronických zdrojů a výsledky vlastních průzkumů z let 2005-2007. Dále DP zahrnuje 5 diagramů, 10 obrázků, 8 tabulek a 4 přílohy. Logicky jsou řazeny i jednotlivé kapitoly. Analytická část a výsledky výzkumu a interpretace dat a návrh marketingové strategie tvoří 46 stran textu. Práce má dobrou grafickou úpravu, stylistickou úroveň, místy chybí diakritika ve grafech výsledků výzkumu v příloze.

Práce s literaturou:

Autor uvádí 19 titulů zahraniční literatury, které jsou citovány podle ISO 690, 5 citací elektronických zdrojů, z celkového počtu jsou 2 původní zahraniční. V literatuře jsou uvedeny tituly z marketingu-strategického marketingu, marketingového výzkumu, psychologie spotřebitele a propagace, dále plánování, hospodaření a řízení podniku. Práce s literaturou plně odpovídá řešenému problému.

Připomínky a otázky k obhajobě:

Dotaz: Jak lze predikovat podle výsledků výzkumu chování zákazníka na rumunském trhu?
Jaká jsou „problémová a úzká“ místa realizace marketingové strategie na rumunském trhu?

Návrh klasifikace: výborně

V Praze dne 19.4.2007



Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.