

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh marketingové kampaně pro společnost Harley-Davidson

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Carvan Miroslav

Vedoucí práce: Dr. Mgr. Jiří Boháček

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Práce je ucelená, využívá rozsáhlý materiál rozboru firmy a dvě metody marketingového průzkumu. Práce se věnuje značce motocyklů Harley-Davidson pro níž je navrhována marketingová kampaň. Práce vychází z důkladného vlastního šetření na cílové skupině zákazníků a mystery shoppingu porovnávajícímu značku s jejími hlavními konkurenty na trhu v ČR, protože značná část komunikace motocyklů se odehrává přímo v prodejnách, osobním marketingem. Práce ukazuje na velmi dobrou orientaci autora v této problematice, návrh komunikace je velmi dobře využitelný v marketingu značky Harley-Davidson. Bohužel jsou v práci i dílčí nedostatky. Podkapitola metodika výzkumu by měla být spíše zařazena v teoreticko-metodologické kapitole, zde je až v praktické části. Měla by nést název metodika nikoli metodologie průzkumu a obsahovat i metody tvorby teoretické části práce. U seznamu tabulek, grafů, obrázků by měly být uvedeny stránky. V textu chybí odkaz na internetové stránky Hondy.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jakým směrem se ubírá motocyklový trh v ČR v období po recesi?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Charakterizujte typického zákazníka značky Harley-Davidson.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	X
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 14.05.2016

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, O.P.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz