

Hodnocení navrhované vedoucím diplomové práce: **v ý b o r n ě**Hodnocení navrhované oponentem diplomové práce: **v ý b o r n ě****Průběh obhajoby diplomové práce:****Otázka vedoucího**

Výsledky výzkumu uvádějí, že pro zákazníky je nejdůležitějším atributem při rozhodování o koupi cena, ale zároveň jsou s cenou aut Škoda nespokojeni. Proč myslíte, že jsou zákazníci s cenou nespokojeni? Nabízí konkurence levnější auta? **Odpověděla**

Otázka oponenta

Na straně 60 je v rámci DNA krystalu strategie značky uveden tzv. udržitelný rozvoj a integrita. Jak lze definovat udržitelný rozvoj? Je známo, že aktivity v této oblasti lze vnímat jako marketingový nástroj. Jaké relevantní činnosti ŠKODA AUTO, a.s. podniká? **Odpověděla**

doc. Ing. Maršíková, Ph.D.

Měla jste od firmy odsouhlasené počty dotazovaných (tj. 100 respondentů)? **Odpověděla**

Proč jste si vybrala hodnocení z pohledu muže a ženy? Proč jste neporovnávala z pohledu mladší x starší?

Odpověděla

Využila jste kvadrantovou analýzu - propojila jste to s teoretickou stránkou? **Odpověděla**

Klasifikace: **v ý b o r n ě**Datum obhajoby: **15. května 2019**.....
podpis předsedy