

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Dominika Hejlová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Nové formy marketingové komunikace a jejich místo v komunikačním mixu
Oponent práce	Jitka Vysekalová

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	A
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	B
3	Přístup ke konzultacím	15	B
4	Samostatnost při zpracování	10	B
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	C
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	B
7	Metodologická kvalita postupu	20	B
8	Struktura a logika textu	25	B
9	Úroveň teoretické části práce	25	C
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	B
11	Práce se zdroji v textu	25	B
12	Úroveň analytické části práce	25	B
13	Úroveň projektové části práce	25	B
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	B
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	B
16	Jazyková úroveň práce	10	B
17	Formální úroveň práce	10	B
Celkové hodnocení		1,41	B

Připomínky a hodnocení práce:

Posluchačka si stanovila reálné cíle, které také naplnila. V teoretické části práce srovnává přístupy jednotlivých autorů k řešené problematice a vyvozuje z nich vlastní závěry. Za pozitivní považují, že zvolila kritický přístup k novým trendům v marketingových komunikacích a kromě výhod shrnuje a uvádí i jejich nevýhody. Zaměřila se na osm hlavních trendů, které pak v praktické části analyzuje na příkladech konkrétních kampaní. Vlastní analýzu komunikačních kampaní doplnila výzkumnou sondou vybrané kampaně, pomocí které verifikuje vlastní závěry. Teoretická i praktická část práce jsou vyvážené, ukazují na odpovědný přístup autorky k řešené problematice i naplnění nároků kladených na bakalářskou práci.

Ve Zlíně dne: 15.5.2010

Jitka Vysekalová

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01