

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Aleš HORÁČEK
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Identifikace cílových skupin, vytvoření profilu segmentů a návrh strategie pro magazín Koktejl
Oponent práce	Ing. Martina Juříková, Ph.D.

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	B
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	A
3	Přístup ke konzultacím	15	
4	Samostatnost při zpracování	10	
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	A
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	A
7	Metodologická kvalita postupu	20	A
8	Struktura a logika textu	25	A
9	Úroveň teoretické části práce	25	B
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11	Práce se zdroji v textu	25	A
12	Úroveň analytické části práce	25	A
13	Úroveň projektové části práce	25	B
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	A
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	B
16	Jazyková úroveň práce	10	A
17	Formální úroveň práce	10	A
Celkové hodnocení		1,19	A

Připomínky a hodnocení práce:

Autor zpracoval rešerši adekvátního množství i kvality zdrojů, které řádně citoval, jen vlastní výklad některých pojmů je nepřesný a pro úplnost schází specifika marketingového řízení médií.

Analytická část byla sestavena podloženou dedukcí autora, na základě výsledků primárních šetření agentur, které byly nejen relevantně interpretovány, ale také formálně upraveny autorem do jednotného formátu, což oceňuji. Pozitivně lze hodnotit také dílčí shrnutí závěrů jednotlivých analýz i celé analytické části, které logicky navazuje na předkládaná opatření v projektové části. Ta je sumarizací několika strategických opatření – od profilace CS až po komunikaci s ní, čímž je naplněn cíl práce.

Předkládanou diplomovou práci proto lze považovat za velmi kvalitní materiál, a to jak po stránce analytické, tak i návrhové – projektové.

Otázky k obhajobě:

- 1) V projektu uvádíte, že vámi navržená komunikační opatření by byla realizována s minimálními náklady, což si dovolím rozporovat. Pokuste se proto navrhnout komunikační plán na zvolené období a k němu rozpočet. Vyjádřete se k návratnosti těchto investic, stejně jak činíte v textu analýz.
- 2) Jakou formou, jakými kritérii (ukazateli) a s jakým časovým odstupem by bylo možné měřit zpětnou vazbu vašich strategických doporučení?
- 3) Jaká byla (či, dle vašeho názoru, bude předpokládaná) reakce managementu na vaše doporučení? Jaké limity a omezení její aplikace vnímáte za stěžejní?

Ve Zlíně

dne 4. 5. 2010

.....
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