

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

| | |
|---------------------------|---|
| Jméno a příjmení studenta | Adriana Šnajdrová |
| Studijní program | Mediální a komunikační studia |
| Obor studia/ateliér | Marketingové komunikace |
| Forma studia | prezenční |
| Akademický rok | 2009/2010 |
| Název práce | Reklamní kreativní strategie v české TV reklamě na periodika |
| Vedoucí/oponent práce | Mgr. Eliška Kubíčková/Mgr. Michal Rožek |

| 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 | A |
| 4 Samostatnost při zpracování | 10 | A |
| 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 | A |
| 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 | |
| 14 Využitelnost navrhovaných řešení | 15 | B |
| 15 Inovativnost a kreativita zpracování | 15 | B |
| 16 Jazyková úroveň práce | 10 | A |
| 17 Formální úroveň práce | 10 | B |
| Celkové hodnocení | 1,17 | A |

Připomínky a hodnocení práce:

Oceňuji precizní vypracování práce a osobní zaujetí autorky danou problematikou. Práce tak působí velmi konzistentně a logicky. Upozorňuji na formulaci hypotéz, kdy autorka beze zbytku zúročila znalosti z teoretické části práce. Z hlediska formálního pouze poukazuji na absenci zdrojů u uvedených grafů.

Ve Zlíně

dne 12. května 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