

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Ondřej Ploch
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční/kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Marketingové komunikace technologického inovačního centra Zlín
Oponent práce	PhDr. Magda Gregarová

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	a
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	a
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	a
11 Práce se zdroji v textu	25	a
12 Úroveň analytické části práce	25	b
13 Úroveň projektové části práce	25	
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	a
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	a
16 Jazyková úroveň práce	10	a
17 Formální úroveň práce	10	a
<b>Celkové hodnocení</b>	<b>1,15</b>	<b>A</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Problém řešený v této bakalářské práci je velmi aktuální pro region – Podnikatelský inkubátor provozovaný TIC Zlín, konkrétně jeho nedostatečná propagace, v případě bakalářské práce zejména ve vztahu ke studentům – absolventům UTB. O. Ploch zřetelně problém pojmenoval, stanovil cíl práce, postup řešení až k návrhům na změnu současného stavu.

**Otázky k obhajobě:**

- 1) Z jakých zdrojů jste čerpal informace a data o TIC Zlín?
- 2) Strana 51 - Obory podnikání: neměl by PI podpořit spíše obory, které jsou pro region významné a přitom o ně není zájem?
- 3) Na straně 24 píšete: „marketingovému mixu by však měla být nadřazena integrovaná marketingová komunikace“... Mohl byste vysvětlit toto tvrzení? Je slovo „nadřazená“ namístě?

Ve Zlíně dne 5. 5. 2010.

**Magda Gregarová**

.....  
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