

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Petra Chmelářová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Firma a její propagace na trhu – s akcentem na zvýšení konkurenceschopnosti
oponent práce	PhDr. Zdeněk Křížek

	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	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	b
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	b
16	Jazyková úroveň práce	10	a
17	Formální úroveň práce	10	a
Celkové hodnocení		1,17	A

Připomínky a hodnocení práce:

Práce působí seriózním dojmem, má výrazné praktické zaměření a prozrazuje dobrou erudici autorky v daném problému.

Teoretická a praktická část jsou v pořádku.

Projektová část je spíše souhrnem dílčích doporučení než uceleným projektem. Může však mít dobré praktické využití.

Nemám žádných zásadních připomínek.

Otázky k obhajobě:

1. Jaký by měl být (obecně) optimální vztah grafiky a textu na komerčních webových stránkách?
2. V jakých případech a do jaké míry je úspěšnost firemních webových stránek závislá na podpoře (propagaci) v jiných médiích (tisk, televize, venkovní reklama atd.)? Jak je tomu konkrétně v případě společnosti Chirana-Dental?
3. Do jaké míry mohla skutečnost, že mezi respondenty byli pouze tři zaměstnanci společnosti Chirana-Dental, ovlivnit vypovídací hodnotu a praktické využití výsledků průzkumu?

Ve Zlíně

dne 7. 5. 2010

Podpis hodnotitele práce