

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Petra Matúšová

Téma BP: Komunikační plán pro reklamní ateliér 4. Prostor, s. r. o.

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*: MgA. Bc. František Novotný

Oponent BP*:

* Nehodící se škrtněte.

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						1,5
Splnění cílů BP	X							1
Teoretická část BP	X							1
Praktická část BP			X					2
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1
Formální úroveň BP	X							1
Součet								7,5, resp. 1,25

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (Fx nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2, vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalantka Petra Matúšová si zvolila jako téma své absolventské práce Komunikační plán pro reklamní ateliér. Formální náležitosti písemné práce odpovídají požadavkům na bakalářskou práci, která ve svém rozsahu stran přesahuje povinný rámec.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část, kterou doplňují přílohy. V první části (teorie) bakalantka jednoduchou kompilační metodou shromažďuje metody a informační zdroje k praktické části. Použitá literatura je vyhovující, ovšem rozhodně by bylo přínosem pracovat se zdroji, které na dané/příbuzné téma již existují, hlouběji a vést s nimi dialog. Hlubší teoretická kompilace by ovšem pravděpodobně přesahovala rozsah bakalářské práce, proto je teoretická práce jako úvod do problematiky v adekvátním rozsahu.

V praktické části se bakalantka věnuje analýze fungování jednoho specifického reklamního ateliéru. Pomocí několika metod (např. SWOT) se snaží rozklíčovat marketingový potenciál ateliéru a navrhuje případné změny. V této stěžejní části bakalářské práce bych viděl prostor pro komparaci s jinými ateliéry či s literaturou, aby tak navrhované marketingové strategie podložila silnějšími argumenty. V tomto ohledu má Matúšová v rukou téma se silným potenciálem pro případné další a hlubší bádání ve vyšším stupni VŠ. Praktická část bakalantky Matúšové je pro bakalářský stupeň plně vyhovující a můžeme konstatovat, že definované cíle celé bakalářské práce jsou naplněny.

Jako vedoucí práce považuji za stěžejní nadstandardní aktivitu v praktické rovině při vzniku bakalářské práce: maximální zájem a nasazení o problematiku reklamního studia, která vyvrcholila několika úspěšnými praktickými reklamními/marketingovými realizacemi (např. kampaň do časopisu Lobby).

Absolventskou práci a aktivitu bakalantky Matúšové hodnotím stupněm *výborně* a navrhuji k ústní obhajobě.

Otázka 1:

V práci zmiňujete důležitou postavu reklamy – David Ogilvy. V čem vidíte jeho přínos do reklamního prostředí, respektive jaké významné „metody vynalezl“ pro reklamu?

Otázka 2:

Do jaké míry marketing ovlivňuje kreativní (např. grafickou) část reklamy a naopak; v čem vidíte případné hlavní bariéry vzájemného dialogu těchto dvou oborů?

Návrh na výslednou známku BP:

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

A – výborně

V Jičíně

dne 10. května 2011

.....
podpis hodnotícího