

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Jana Jochmanová
Název práce	Marketingová komunikace Impakt Festivalu 2012
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	PaedDr. Marcela Göttlichová

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	b
2 Nastavení cílů a metod práce	30	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	b
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,28	B

Připomínky a hodnocení práce:

Práce je dokladem zájmu autorky o danou problematiku. Má poměrně logickou výstavbu, je dodržena struktura. Velký rozsah odborných zdrojů je základnou pro teoretickou část práce, kterou autorka vhodně aplikuje nejen do části praktické, ale především tvoří základní platformu k části projektové. Je však pravdou, že snad velký rozsah zdrojů vede k velkému rozsahu TČ (po str. 46). Svůj podíl zde však má i často zbytečné vynechávání místa, které kolikrát představuje i půl nevyužitě strany. V části praktické i časté opakování útržků textu (např. Úvod, str. 53, str. 55, ...). Více pozornosti si zaslouží práce s textem, a to i po gramatické stránce (Impakt Festival x Impakt festival, ...). Přes tyto víceméně formální nedostatky AČ práce díky šíři aplikovaných metod (SWOT analýza, konkurenční analýza, dotazníkové šetření, ...) přinesla nejen odpovědi na výzkumné otázky, ale položila základnu k části projektové, kterou je přehledný a realizovatelný návrh, jenž splňuje požadavky nastaveného cíle, tzn. eliminuje nedostatky v současné komunikaci festivalu.

Otázky k obhajobě:

1. Str. 10: Uvádíte, že celou dobu festivalu (tj. 23 let!) nebyl realizován žádný výzkum zaměřený na spokojenost účastníků s programem, stejně tak na komunikaci či značku festivalu, přestože návštěvnost klesá. V čem spatřujete hlavní příčinu?
2. Str. 53: Na jedné straně zde uvádíte, že „velkou hrozbou pro festival je konkurence v podobě řady nových mediálních festivalů (30 ročně) v řadě středně velkých měst“. Na straně druhé vzápětí poukazujete na skutečnost, že „vzhledem k unikátnosti festivalů není čeho se bát“. Což doplňuje i následující fakt, že „díky poklesu financí hrozba konkurence klesá“. - Jaká je tedy skutečnost? S tím souvisí i konstatování –

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

„... festival se musí snažit potenciálním účastníkům festivalu nabídnout odlišný program, než jeho konkurence“ (str. 73) – A v současnosti nenabízí?

3. Str. 59: SWOT analýza – „Silné stránky: kreativní ztvárnění komunikace x slabé stránky: vágní, nejasná, nesrozumitelná komunikace“ – objasněte.
4. Odpověď respondentů na otázku č. 12 je vynechána záměrně? (str. 79) Proč?

Ve Zlíně dne 5. května 2013

Podpis: