

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Erika Klůčiková		
Název práce	Tvorba reklamní kampaně pro vybranou značku		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2022-2023
Autor posudku	doc. PhDr. Milan Banyár, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	c
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	d
6 Splnění cíle práce	60	c
7 Struktura a logika textu	40	c
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	c
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,78	C

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Snaha autorky spracovať tému komplexne, v širších súvislostiach a praktické zameranie práce.
- Prehľadne spracovaná analýza vybranej značky Isadore Apparel (5. kap.).
- Použitie rôznych výskumných metód (pološtrukturované rozhovory, dotazníkový prieskum), oceňujem najmä vypracovanie dotazníkového prieskumu v troch jazykoch, ktorý vyplnila nadpriemerná vzorka respondentov (312) z rôznych krajín.

Výhrady, pripomínky a námety k práci (slabé stránky):

- V teoretickej časti autorky chýba definícia pojmu reklama a členenie základných druhov reklám podľa jednotlivých kritérií. 2. kapitola *Tvorba kampane* je značne nesúrodá, v tejto kapitole by som skôr očakával, že nás autorka prevedie postupnými krokmi procesu tvorby kampane (klientské zadanie, debrief, príprava komunikačnej stratégie, kreatívny brief, kreatívne riešenie, produkcia, výber médií, vyhodnotenie kampane), namiesto toho v nej autorka popisuje rôzne zložky kampane (napr. kreativita, humor, jazyk, hudba, casting, atď.) bez zjavného kontextu.
- Analytická časť - miestami popisný charakter výsledkov realizovaného výskumu, v ktorom sa čitateľ ťažšie orientuje (6. a 7. kap.) a taktiež mi v tejto časti práce chýba výraznejší osobný autorský interpretačný vklad (menej popisovať to, čo je vidieť na grafe, alebo čo tvrdia účastníci rozhovorov, ale skôr sa zamerať na to, čo z toho vyplýva).
- Za nedostatočne spracovanú považujem najmä projektovú časť práce (s. 87 – 92). Autorka v nej prezentuje iba všeobecné atribúty návrhu kampane, bez konkrétneho obsahu (idea kampane a komunikačná stratégia), merateľných cieľov, či spôsobu jej vyhodnocovania. V tejto časti práce by som skôr očakával ucelený návrh kampane jednak po formálnej, ako aj obsahovej stránke, aby mohol byť následne aplikovateľný do praxe.
- Práca má taktiež viaceré formálne a štylistické nedostatky, taktiež v nej chýba dôslednejšia práca so zdrojmi.

Na základe uvedeného predložení diplomovú prácu odporúčam k obhajobe a navrhujem hodnotenie C (dobré).

Kontrola plagiátorství byla negativní – systém našel shodu 1%.

Ve Zlíně dne 3. 5. 2023

Podpis:

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