

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Kateřina Brázdová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční/kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Společenská odpovědnost firem a její vliv na konkurenceschopnost
Vedoucí práce	Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	
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	c
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	e
7	Metodologická kvalita postupu	20	c
8	Struktura a logika textu	25	a
9	Úroveň teoretické části práce	25	c
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	b
11	Práce se zdroji v textu	25	c
12	Úroveň analytické části práce	25	e
13	Úroveň projektové části práce	25	b
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	a
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	c
16	Jazyková úroveň práce	10	b
17	Formální úroveň práce	10	d
Celkové hodnocení		1,69	C

Připomínky a hodnocení práce:

V práci chybí pečlivější citace, některé kapitoly nejsou vůbec zdrojovány k využití literatury. Chybí uvedení zdrojů u obrázků a tabulek. Hypotéza měla být definována v obecné rovině. V analytické části chybí doklad o provedeném dotazníkovém šetření, ze kterého by bylo možné dohledat prezentované závěry. Dotazníkové šetření je chybně zařazeno v projektové části, mělo být součástí praktické části, jde o analýzu, ze které vychází projektová část. Projektová část je zpracována dobře, přináší návrhy aplikovatelné v praxi. Závěr práce svým rozsahem neodpovídá potřebám diplomové práce. Práce je nestandardně tištěna oboustranně.

Problém práce vidím v nemožnosti dohledat data ke kvantitativnímu šetření, závěry dotazníkového šetření jsou nedostatečné pro potřeby diplomové práce.

Otázky k obhajobě:

- 1) Zdůvodněte u obhajoby, prosím, proč vytváříte „volnou skupinu“ v plánu komunikační strategie. Z jakého důvodu?
- 2) Jak mohlo složení respondentů (zaměstnanci a obyvatelé regionu) ovlivnit výsledky dotazníkového šetření? Jaká cílová skupina byla primární skupinou respondentů a proč?
- 3) Jak velkou mediální publicitu očekáváte z investovaného rozpočtu 200 000 Kč?
- 4) Jakou metodou by bylo možné měřit efektivitu navržených kroků (investice 650 000 Kč)?

Ve Zlíně

dne 5. 5. 2010

.....
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