

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Jana HANZELKOVÁ
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Marketingová strategie firmy při vstupu na trh
Vedoucí práce	Ing. Martina Juříková, Ph.D.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	A
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	B
3 Přístup ke konzultacím	15	B
4 Samostatnost při zpracování	10	A
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	A
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	B
7 Metodologická kvalita postupu	20	A
8 Struktura a logika textu	25	A
9 Úroveň teoretické části práce	25	B
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11 Práce se zdroji v textu	25	B
12 Úroveň analytické části práce	25	A
13 Úroveň projektové části práce	25	B
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	A
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	
16 Jazyková úroveň práce	10	B
17 Formální úroveň práce	10	B
Celkové hodnocení	1,25	B

Diplomantka přistupovala ke zpracování se zájmem, což se mj. projevilo na rozsahu práce. Připravila, dle mého názoru, akceschopný dokument s řadou zajímavých návrhů v oblasti komunikace nové firmy Svatební agentka.

Otázka k obhajobě:

Pro dosažení komplexnosti projektu zpracujte k obhajobě podrobnější časový plán a předpokládaný rozpočet komunikace na zvolené období. Zvažte rentabilitu uvedených investic.

Ve Zlíně

dne 3. 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