

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Pavína Dočkalová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	PR aktivity Sdružení Podané ruce, o. s.
Vedoucí/oponent práce	Ing. et Mgr. Radim Bačuvčík/Mgr. Eliška Kubíčková

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

Připomínky a hodnocení práce:

Autorka v práci prokázala výbornou znalost problematiky a vysokou míru osobního zaujetí. Zvolila si nelehké téma, které je širokou veřejností vnímáno spíše negativně, jak se také autorka sama přesvědčila v provedeném šetření. Formulace cílů práce, hypotéz a použitá literatura jsou zcela v souladu s požadavky na bakalářskou práci. V praktické části práce se autorka spíše podvědomě dopouští zaměňování pojmu sponzorství a dárcovství, avšak v teoretické části jsou tyto pojmy vysvětleny, tudíž se jedná patrně o nepozornost. V rámci doporučení vzešlých z provedeného šetření, autorka vytváří vlastní projekt v oblasti komunikační kampaně, což je nad rámec bakalářské práce, ovšem základní myšlenky jsou natolik kvalitně zpracovány, že jsem toto kritérium hodnocení využila. Práce celkově působí velmi vyzrálým dojmem a obsahuje mnoho inovativních myšlenek.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jaká témata by podle vás mělo K-centrum v Prostějově medializovat, aby postupně docházelo ke zlepšování jeho image v očích široké veřejnosti?
- 2) Uvádíte, že do sponzoringových aktivit K-centra jsou v současnosti zapojeny dvě firmy. Jaké reciproční služby jim K-centrum nabízí?
- 3) Z provedeného kvalitativního šetření jste zjistila, že panuje 100 % neznalost K-centra mezi regionálními firmami, které by mohly potenciálně přispívat na jeho provoz. Jaký komunikační kanál byste využila pro oslovení této konkrétní cílové skupiny?

Ve Zlíně

dne 14. května 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