

## Hodnocení vedoucího diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	<b>Bc. Zuzana VIČANOVÁ</b>
Studijní program	<b>Mediální a komunikační studia</b>
Obor studia/ateliér	<b>Marketingové komunikace</b>
Forma studia	<b>prezenční</b>
Akademický rok	<b>2009/2010</b>
Název práce	<b>Role image v marketingovém řízení organizací</b>
Oponent práce	<b>Mgr. Ing. Olga Jurášková, PhD.</b>

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

### Připomínky a hodnocení práce:

Práce je zpracována kvalitně, s širokým záběrem informací. Předkládá kritický pohled na úroveň komunikace zvolené firmy, reálný pohled na absenci začlenění systematického budování image do marketingové strategie. Přínosem práce je návrh základních bodů corporate identity, které mohou sloužit jako základ budování požadované firemní image. V práci částečně chybí větší důraz na hlavní téma práce, tedy na roli image v marketingovém řízení, i když nutnost budování image je v práci zcela zřejmá a autorka se věnovala důležitosti využití komunikačního mixu pro budování image.

Drobné nepřesnosti, drobné nedostatky ve formální úrovni práce a „volný styl“ v textu částečně snižují odbornou kvalitu práce.

Ve Zlíně dne 5. 5. 2010

.....  
Podpis hodnotitele práce