

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Lucie Chmarová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční/kombinovaná
Akademický rok	2010/2011
Název práce	Mobilní marketing v prostředí malých a středních firem
Autor posudku	Peter Štarchoň, doc. Mgr., PhD.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	10	A
2 Samostatnost při zpracování	10	A
3 Přístup ke konzultacím	20	A
4 Formulace cílů a hypotéz práce	30	A
5 Metodická kvalita postupu	40	B
6 Úroveň teoretické části práce	50	A
7 Úroveň analytické části práce	50	B
8 Úroveň projektové části práce	50	B
9 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	60	A
10 Struktura a logika textu	40	A
11 Adekvátnost použitých zdrojů	30	A
12 Práce se zdroji v textu	30	A
13 Inovativnost a kreativita zpracování	20	A
14 Využitelnost navrhovaných řešení	20	A
15 Jazyková úroveň práce	10	A
16 Formální úroveň práce	10	B
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,16	A

Připomínky a hodnocení práce:

Nárast obľuby využívania mobilného marketingu a jeho jednotlivých nástrojov zo strany podnikateľských subjektov vychádza najmä z jeho akceptácie zo strany spotrebiteľov. Spočiatku to boli hlavne sms súťaže, neskôr pribudli ďalšie možnosti využívania krátkych textových správ, mms či bluthooth aplikácií pri tvorbe tzv. direct response kampaní, pri komunikácii so zákazníkmi, rôznych motivačných a lojalitných programov, pri mikroplatbách a pod. Potenciál mobilného marketingu si začali uvedomovať i malé a stredné podniky. Diplomantka si však vzhľadom na svoje pracovné skúsenosti v spoločnosti T-Mobile Czech Republic a.s. uvedomovala nielen ich potenciál využitia, ale aj prípadné bariéry, resp. limity nielen zo strany týchto dvoch subjektov, ale aj zo strany mobilných operátorov a spoločností zabezpečujúcich realizáciu mobilného marketingu. To je aj hlavným dôvodom, prečo je možné tému diplomovej práce hodnotiť vysoko pozitívne. Kladne je však možné hodnotiť aj spoluprácu na tvorbe diplomovej práce a celkový dosiahnutý výsledok jej samostatnej vedecko-tvorivej činnosti. Diplomantka mala pri jej spracovaní relatívnu výhodu znalosti trhu mobilného marketingu, ktoré aj náležitým spôsobom využila. Nesústredila sa však len na dostupné informácie, či analýzu ďalších sekundárnych zdrojov informácií, ale vytvorila aj prípadové štúdie, ktoré náležitým spôsobom prezentovala

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

na jednej strane výhody mobilného marketingu a na strane druhej identifikovala limity jeho využívania v praxi malých a stredných podnikov. I keď do istej miery má práca deskriptívny charakter, vzhľadom na riešenie problematiku je táto skutočnosť irelevantná. Navyše, diplomantka priamo participovala na realizovaných výskumoch, z ktorých výsledkov v práci čerpá.

Diplomová práca ako celok zodpovedá kritériám, stanoveným pre diplomové práce a na základe skutočností uvedených v posudku sa odporúča na obhajobu pred komisiou pre štátne záverečné skúšky.

Otázky k obhajobě:

-

Ve Zlíně dne 20. května 2011

Podpis: