

## Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	<b>Bc. Edita Hanušová</b>
Název práce	<b>Marketingová a komunikační strategie malého grafického studia</b>
Obor/forma studia	<b>MK KS</b>
Akademický rok	<b>2012/2013</b>
Autor posudku	<b>Ing. Martina Juříková, Ph.D.</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	<b>c</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	30	<b>b</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>a</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>b</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	<b>a</b>
6 Splnění cíle práce	60	<b>a</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>b</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	<b>a</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	<b>a</b>
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	<b>a</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,29</b>	<b>B</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Z předkládané práce „čiší“ osobní zainteresovanost autorky na tématu, která zřejmě způsobila násobné překročení rozsahu DP. Nicméně autorka realizovala řadu analýz, objektivně podložila kritériální analýzy a obohatila je o primární šetření, aby získala relevantní podklady pro projekt, který je akceschopným plánem pro podnikání.

Mezi drobné výhrady patří: nastavení VO jako tvrzení, nulová nákladovost podnikání (např. s. 35), většina příležitostí a hrozeb ve SWOT analýze jsou vnitřními faktory, tedy spíše vizemi, jak rozvíjet firmu či hrozbami, které mohou podnikání zhatit. V OT analýze by přitom měla být uvedena reálná, podložená zjištění o vnějším prostředí firmy, se kterými by měla pracovat.

**Ve Zlíně dne 2. května 2013**

**Podpis:**