

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Tomáš Čekal
Název práce	Komunikační strategie Státního zámku Vizovice
Obor/forma studia	MK KS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Ing. Martina Juříková, Ph.D.

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

Připomínky a hodnocení práce:

Oceňuji volbu tématu i autorovu zřejmou zainteresovanost a snahu přispět k zefektivnění komunikace vybraného subjektu.

Teorie zůstala v obecné, firemní aplikaci. Vyjma marketing památek nejsou nástroje komunikace a možnosti výzkumu blíže aplikovány na zvolenou problematiku. Autor využívá standardních zdrojů, které cituje.

V metodice je nastaven cíl: „zvýšit návštěvnost“, který ovšem nemůže být (vzhledem k načasování navrhovaných aktivit) v rámci práce naplněn, resp. ověřen.

Analytická část obsahuje pouze popis a subjektivní hodnocení komunikátů autorem, přičemž stěžejní a jedinou analýzou je analýza průzkumné sondy. V DP bych očekávala více typů analýz či podkladů ze sekundárních zdrojů dat. Naopak oceňuji dvě techniky sběru dat. Ty ovšem mohly zkreslit odpovědi na vybrané otázky i „smělé interpretace“ autora o návštěvnosti památek (dá se např. předpokládat vysoká návštěvnost, jestliže se ptáte na webu zámku či přímo návštěvníků).

Projekt obsahuje řadu podnětných a odůvodněných doporučení v oblasti komunikace včetně timingu a návrhu rozpočtu, postrádám strategický rámec komunikace, žádoucí positioning, ke kterému by komunikační aktivity měly vést.

Vzhledem k výše uvedeným výtkám, ale i přínosnosti práce navrhuji hodnocení B/C dle kvality obhajoby.

K obhajobě:

V teorii zmiňujete mnoho typologií spotřebitele, ovšem v praktické části omezujete profilaci CS pouze na věk a bydliště respondentů. Vytvořte profil primární(ch) CS zámku.

V práci uvádíte, že jste vycházel ze striktního briefu správce zámku. Když byste mohl zpracovat jiné metody průzkumu či analýzy, které by přiblížily stav marketingových komunikací i možnosti jeho rozvoje, jaké metody byste zvolil a proč?

V teorii uvádíte nové trendy marketingu, ovšem v projektu využíváte pouze nová média. Považujete za (ne)vhodné využití nových forem komunikace či marketingu v případě památek?

Ve Zlíně dne 18. května 2013

Podpis:

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