



## Hodnocení oponenta diplomové práce

|               |                                                                   |         |
|---------------|-------------------------------------------------------------------|---------|
| Autor práce   | Bc. Simona Hazuchová                                              |         |
| Název práce   | Sponzoring kulturních podujatí alkoholovými a tabakovými značkami |         |
| Autor posudku | Mgr. Eva Šíkl Burešová, Ph.D.                                     | 2024/25 |

| Hodnocený parametr                      | Váha        | Hodnocení |
|-----------------------------------------|-------------|-----------|
| 1 Naplnění tématu a rozsah práce        | 30          | a         |
| 2 Nastavení cílů a metod práce          | 40          | a         |
| 3 Úroveň teoretické části práce         | 50          | b         |
| 4 Úroveň analytické části práce         | 50          | a         |
| 5 Úroveň projektové části práce         | 50          | a         |
| 6 Splnění cíle práce                    | 60          | a         |
| 7 Struktura a logika textu              | 40          | a         |
| 8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu | 40          | a         |
| 9 Jazyková a formální úroveň práce      | 30          | b         |
| <b>Výsledné hodnocení</b>               | <b>1,14</b> | <b>A</b>  |

### Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

- Předložený diplomový projekt poskytuje důkladný přehled o sponzoringu jako marketingovém nástroji, jeho formách, výhodách a rizicích. Autorka klade důraz na etické otázky, společenskou odpovědnost a právní regulace v kontextu alkoholových a tabákových značek. Z celé práce je patrný osobní zájem autorky na zkoumaném tématu.
- Za zdařilou považují projektovou část práce, kdy studentka na základě získaných poznatků z polostrukturovaných rozhovorů a dotazníkového šetření navrhla konkrétní model etického sponzoringu alkoholové značky na hudebním festivalu. Model zahrnuje inovativní a neinvazivní formy brandingů (nutno říci, že vizuálně velmi zdařilé), které respektují etické i právní normy a podporují společenskou odpovědnost značky. Práce obsahuje podrobný plán realizace sponzoringu, včetně finanční a personální náročnosti, časového harmonogramu a metod měření efektivity.
- Realizace navrhovaného modelu sponzoringu vyžaduje poměrně vysoké investice, což může být pro menší značky nebo festivaly finančně neúnosné. Náklady na výrobu a instalaci vizuálních prvků, interaktivních zón a ekologických iniciativ mohou výrazně přesáhnout dostupný rozpočet.
- Vyhodnocení úspěšnosti sponzoringu může být náročné, protože některé metriky, jako je změna vnímání značky nebo dlouhodobý dopad na prodeje, jsou obtížně měřitelné.

### Otázky k obhajobě:

- Jaké konkrétní metriky a metody byste doporučila pro měření efektivity sponzoringu, aby bylo možné přesně vyhodnotit jeho dopad na vnímání značky a dlouhodobý vliv na prodeje?
- Jakým způsobem byste řešila potenciální etické a právní výzvy spojené se sponzoringem alkoholovými a tabákovými značkami, zejména v kontextu přítomnosti neproletických návštěvníků na kulturních akcích?

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



**Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**  
Fakulta multimediálních komunikací

- Jakým způsobem byste sbírala a využívala zpětnou vazbu od návštěvníků a dalších zainteresovaných stran pro kontinuální zlepšování sponzorských aktivit? Jak byste zajistila, aby tato zpětná vazba byla reprezentativní a relevantní?
- Jste vy osobně pro větší regulaci reklamy na tabákové a alkoholické produkty? Proč ano/ne?

V Praze dne 25. dubna 2025

Podpis: