

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Martin Honzek
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční/kombinovaná
Akademický rok	2010/2011
Název práce	Event marketing se zaměřením na cílovou skupinu vysokoškoláci
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	B
7	Úroveň analytické části práce	50	A
8	Úroveň projektové části práce	50	A
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	A
Návrh hodnocení dle váženého průměru		1,10	A

Připomínky a hodnocení práce:

Event marketing sa v súčasnosti vyprofiloval ako samostatný a plnohodnotný nástroj marketingového komunikačného mixu, výber témy diplomovej práce je tak síce v súčasnosti už štandardným, čo však danej téme dáva výnimočnejší charakter, je práve jeho uplatňovanie v prostredí vysokej školy a orientácia na mladú generáciu. I keď cieľ diplomovej práce sa javí viac ako ambicióznym v zmysle identifikácie ideálneho konceptu eventu, diplomant preukázal plné kompetencie a znalosti v predmetnej problematike a návrhy prezentované najmä v návrhovej časti sú v praxi s miernymi modifikáciami uplatniteľné. Teoretické východiská orientoval nielen na samotný event marketing, ale priestor bol v práci venovaný aj súčasným trendom v marketingovej komunikácii a možnostiam využitia marketingového výskumu (a to aj v rámci procesu realizácie event marketingových aktivít). Teoretické východiská pomohli diplomantovi pri formulácii nielen cieľa, ale i hypotéz a metodiky práce. Sympaticky pôsobí prehľad eventov a ich čiastková analýza realizovaných na pôde, resp. pod záštitou UTB v Zlíne. Pri formulácii záverov diplomant vychádzal z primárneho výskumu zameraného na dve cieľové skupiny – reklamné, resp. event marketingové agentúry a študentov. Oceníť je

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

potřebné přehledně spracované grafy, tabuľky a rozsiahle prílohy, tvoriace integrálnu súčasť vlastného textu diplomovej práce.

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: