

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Jana Sedláčková
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Je TV sponzoring plnohodnotným nástrojem nadlinkové komunikace?
Oponent práce	PhDr. Václav Svoboda

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	a
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	c
3	Přístup ke konzultacím	15	
4	Samostatnost při zpracování	10	
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	b
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	a
7	Metodologická kvalita postupu	20	b
8	Struktura a logika textu	25	a
9	Úroveň teoretické části práce	25	b
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	a
11	Práce se zdroji v textu	25	a
12	Úroveň analytické části práce	25	b
13	Úroveň projektové části práce	25	b
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	a
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	a
16	Jazyková úroveň práce	10	a
17	Formální úroveň práce	10	b
Celkové hodnocení		1,26	B

Připomínky a hodnocení práce: Diplomová práce studentky Jany Sedláčkové zkoumá téma, které má signifikantní tendenci k parciální změně chápání tradičního marketingového komunikačního mixu. Zevrubné (až maximalisticky pojaté) dílo soustřeďuje nejprve optimum relevantních teoretických poznatků k tématu sponzoring. Zpracování a analýza dat: oponent sice považuje uskutečněný primární výzkum s ohledem na jeho reprezentativnost za orientační, nicméně přesto uplatnila studentka v analýze užitečná a solidně verifikovaná data (většina z nich ale mohla přijít do přílohy DP). Závěrečný projekt pak nabízí velmi dobře propracovaný koncept, jak efektivně uplatnit televizní sponzoring v praxi. Dle názoru oponenta objektivně hodnotí studentka v závěru své diplomové práce naplnění jejích hypotéz a cílů. Tato objektivita vyjadřuje autorčin seriózní a rovněž autokritický přístup k celé diplomové práci.

Otázky k obhajobě:

- 1) Nebylo namístě samostatně zařadit jako podsoubor výzkumu potenciální sponzory televizního sponzoringu?
- 2) Existuje závislost spokojenosti laické veřejnosti s televizním vysíláním na počtu odvysílaných minut televizní reklamy, teleshoppingu a sponzoringu?
- 3) Do jaké míry lze vztahovat projektová doporučení DP na jiné televizní stanice než na televizi Prima?

V Brně dne 19.5.2010

.....
Podpis hodnotitele práce

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