

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Gabriela Godelová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční/kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Vliv rebrandingu na image společnosti
Vedoucí/oponent práce	Radek Hrachovec

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	C
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	A
3	Přístup ke konzultacím	15	
4	Samostatnost při zpracování	10	
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	A
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	A
7	Metodologická kvalita postupu	20	A
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	B
12	Úroveň analytické části práce	25	B
13	Úroveň projektové části práce	25	
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	C
16	Jazyková úroveň práce	10	A
17	Formální úroveň práce	10	A
Celkové hodnocení		1,26	B

Práce je velmi dobře metodicky a teoreticky zpracována. Řeší poměrně obtížnou oblast brandingů služeb. Obsahuje velmi pečlivě provedenou analýzu mediálních výstupů, a metodicky správně zpracovaný dotazník, který má velký limit v podobě omezeného počtu respondentů. Vzhledem k velikosti Ostravy a tím i počtu lidí, jež mohou potenciálně do Vodního světa zavítat, tento dotazník velmi omezeně poskytuje obrázek o realitě. V závěru studentka správně poukazuje na skutečnost, že změnit zaužívaný název nějaké instituce je běh na velmi dlouhou trať, ale nenabízí žádný inovativní způsob, jak toho dosáhnout.

Otázky k obhajobě:

- 1) Lze na základě provedeného dotazníkového šetření učinit reálné závěry?
- 2) Je podle Vás vhodně zvolený název pro sportoviště - SAREZA?
- 3) Mělo by město Ostrava začlenit !!! do veškeré komunikace?

V

dne

.....
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