

## Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	<b>Bc. Petr Musil</b>
Studijní program	<b>Mediální a komunikační studia</b>
Obor studia/ateliér	<b>Marketingové komunikace</b>
Forma studia	<b>prezenční/kombinovaná</b>
Akademický rok	<b>2010/2011</b>
Název práce	<b>Marketingové komunikace při zavedení nového produktu na trh – nový programový blok rozhlasové stanice Frekvence 1 - Ráno začíná v osm</b>
Autor posudku	<b>Peter Štarchoň, doc. Mgr., PhD.</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	10	<b>A</b>
2 Samostatnost při zpracování	10	<b>A</b>
3 Přístup ke konzultacím	20	<b>A</b>
4 Formulace cílů a hypotéz práce	30	<b>A</b>
5 Metodická kvalita postupu	40	<b>B</b>
6 Úroveň teoretické části práce	50	<b>B</b>
7 Úroveň analytické části práce	50	<b>A</b>
8 Úroveň projektové části práce	50	<b>B</b>
9 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	60	<b>A</b>
10 Struktura a logika textu	40	<b>B</b>
11 Adekvátnost použitých zdrojů	30	<b>A</b>
12 Práce se zdroji v textu	30	<b>A</b>
13 Inovativnost a kreativita zpracování	20	<b>A</b>
14 Využitelnost navrhovaných řešení	20	<b>A</b>
15 Jazyková úroveň práce	10	<b>A</b>
16 Formální úroveň práce	10	<b>B</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,20</b>	<b>A</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Tému diplomovej práce je možné hodnotiť kladne vzhľadom na jej silný aplikačný potenciál, taktiež pozitívne je možné hodnotiť aj jeho systematický prístup k spracovaniu zvolenej problematiky. Diplomant pri jej spracovaní využil svoje vlastné pracovné skúsenosti, ako aj celý rad faktografických materiálov i výsledky realizovaných výskumov. Z teoretického aj praktického hľadiska sa snažil o previazanosť dvoch rámcových parciálnych marketingových činností, a to marketingovej komunikácie a produktovej politiky. Reflektoval pritom špecifiká trhu rozhlasových staníc, mediálneho a reklamného trhu, ako aj životného cyklu rozhlasových programov, resp. čiastkovo i programmingu. Menšie výhrady je možné vzniesť voči projektovej časti, kde diplomant navrhuje spôsoby realizácie marketingového výskumu, čo na prvý pohľad nekorešponduje s riešenou témou. Avšak v kontexte možností využitia výskumu v podmienkach rozhlasovej stanice je táto pripomienka minimalizovaná.

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

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:**