

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Marek Nieslanik
Název práce	Využití herních prvků v event marketingu
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Milan Banyár, PhD.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	c
2 Nastavení cílů a metod práce	30	d
3 Úroveň teoretické části práce	50	d
4 Úroveň analytické části práce	50	c
5 Úroveň projektové části práce	50	d
6 Splnění cíle práce	60	c
7 Struktura a logika textu	40	d
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	c
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	c
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	c
Návrh hodnocení dle váženého průměru	2,04	D

Připomínky a hodnocení práce:

Predložená diplomová práca má niekoľko zásadných formálnych, ale aj obsahových nedostatkov. V prvom rade sa to týka obsahu a štruktúry práce, kde autor nelogicky „skáče“ z témy na tému, napr. 4. kapitola *Vymezení pojmů event marketingu* mala byť hneď 1. kapitolou, v rámci ktorej by autor definoval základné pojmy. V tejto kapitole zároveň študent mechanicky preberá informácie z publikácie P. Šindlera *Event marketing*, pričom by mal preukázať, že pri spracovávaní práce čerpal z viacerých odborných zdrojov, ktoré vie prepájať do logického celku. Taktiež je nelogicky včlenená 5. kapitola *Vymezení cílových skupin*, kde sa autor primárne venuje typológií zákazníkov, ale event marketing má oveľa širšie cieľové skupiny, čo záleží od typu, druhu a najmä účelu eventu.

V mnohých prípadoch autorovi chýbajú zdroje, z ktorých čerpal, ako napr. s. 13 delenie hier, typológia zákazníkov s. 25, typológia herných princípov v internom event marketingu s. 46 atď.

Ďalší problém vidím v rámci 2. kapitoly *Využití hry v marketingové komunikaci*, kde sa autor venuje popisu herných princípov v MK iba veľmi všeobecne a povrchno, navyše mnohé z klasických foriem MK využívajúce princíp hry, ako napr. podpora predaja, už nespomína vôbec.

V 7. kapitole *Marketingový výskum* študent všeobecne vysvetľuje, čo je marketingový výskum, aké existujú formy marketingového výskumu atp., pričom by v rámci metodologickej časti úplne stačilo uviesť, aký typ výskumu bude vo svojej práci používať, prečo si zvolil práve takúto formu výskumu a čo chce autor realizovaním výskumu dosiahnuť.

V praktickej časti sa študent zameril na dva eventy - Red Bull Night Race, Jägermeister Icekraft. Autor však poväčšine ostáva iba v rovine opisu eventov, čo nemôžem považovať za serióznu a dôslednú analýzu.

Podobný problém vidím aj v stanovení výskumných otázok. Výskumné otázky sú veľmi všeobecné a na základe rozsahu výskumu a analýz, ktoré boli v práci realizované, ich nie je možné ani v dostatočnej miere verifikovať.

Naopak pozitívne vnímam výsledky kvantitatívneho výskumu (s. 50 – 63), ktoré sa môžu stať základným východiskom pre plánovanie a následnú implementáciu herných princípov v rámci rôznych eventov.

V projektovej časti študent prezentuje svoj vlastný návrh eventu pre projekt Max32 spoločnosti Cream Real Estate. Opäť, ako v prípade praktickej časti, však ostáva zväčša v rovine opisu, všeobecného návrhu, ktorému chýba podrobnejšie spracovanie kľúčových častí, ako napr. dôslednejšia analýza cieľovej skupiny, prepojenie eventu s inými nástrojmi marketingovej komunikácie, komunikačná stratégia, výber optimálneho eventu, scenár eventu, konkrétny časový plán realizácie, podrobnejší rozpočet atď.

Na základe uvedeného prácu odporúčam k obhajobe a hodnotím ju známkou D (uspokojivo).

Ve Zlíně dne 30. 4. 2013

Podpis: