

## Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	<b>Bc. Lenka Tardonová</b>
Název práce	<b>Sociálně marketingová kampaň. Aplikace sociálního marketingu v marketingu nákupních center.</b>
Obor/forma studia	<b>MK KS</b>
Akademický rok	<b>2012/2013</b>
Autor posudku	<b>Ing. Lenka Harantová</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	<b>b</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	30	<b>b</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>c</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>b</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	<b>c</b>
6 Splnění cíle práce	60	<b>c</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>b</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	<b>c</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	<b>c</b>
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	<b>c</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,59</b>	<b>C</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Předložená práce má vhodnou strukturu i provázanost kapitol. Práce obsahuje formální chyby. Autorka nesprávně zapisuje zdroje tabulek a grafů. Některé části textu jsou šedě, přičemž se nejedná o vadu tisku. Internetové zdroje, které jsou v práci citovány, nejsou zapsány dle normy. Autorka mohla v teoretické části více rozepsat Event marketing, jelikož je to stěžejní část praktické části. Dále má také nevhodně zařazenu SWOT analýzu pod Marketing nákupních a obchodních center. V analytické části chybí detailnější rozbor nákladů jednotlivých položek propagace.

### Otázky k obhajobě:

Jaké jsou náklady na plakáty, 3D stojany, podlahovou grafiku a ostatní propagační prostředky?

Jako sekundární cíl uvádíte „zájem médií“. Dle čeho a jakou hranici neplaceného mediálního krytí jste si stanovila pro splnění sekundárního cíle?

Dle grafu 3 se nejméně účastníků dozvědělo o dané akci z internetu. Na kterých webových stránkách byla akce komunikována?

**Ve Zlíně dne 10.5.2013**

**Podpis:**