

## Hodnocení vedoucího 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>2011/2012</b>
Autor posudku	<b>doc. PhDr. Blandína Šramová, PhD.</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	<b>b</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	30	<b>a</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>c</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>d</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	<b>b</b>
6 Splnění cíle práce	60	<b>b</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>b</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	<b>b</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	<b>c</b>
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	<b>b</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,56</b>	<b>C</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

*Prínosom práce je autorkou vytvorený profil darcu, ktorý vychádza z prieskumu a zároveň kritická analýza nedostatkov ňou skúmanej sociálno-marketingovej kampane. Výsledky hĺbkových rozhovorov nie sú v práci uvedené.*

### Otázky k obhajobě:

1. Ako je možné zvýšiť transparentnosť vynaložených prostriedkov v analyzovanej kampani ako aj vo Vami navrhovanej kampani?
2. Prečo nie je v navrhovanom rozpočte počítané aj s lokálnou televíznou stanicou?
3. Nebolo by vhodnejšie počítat s nižším percentuálnym podielom na iné propagačné materiály a s vyšším na internet?

**Ve Zlíně dne 4. 5. 2013**

**Podpis:**

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