

## Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	<b>Michaela JALOVECKÁ</b>
Studijní program	<b>Mediální a komunikační studia</b>
Obor studia/ateliér	<b>Marketingové komunikace</b>
Forma studia	<b>kombinovaná</b>
Akademický rok	<b>2009/2010</b>
Název práce	<b>Využití product placementu v českých televizích</b>
Vedoucí/oponent práce	<b>Mgr. Petr Podlešák, Ph. D.</b>

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	<b>a</b>
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	<b>c</b>
3	Přístup ke konzultacím	15	<b>a</b>
4	Samostatnost při zpracování	10	<b>b</b>
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	<b>a</b>
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	<b>a</b>
7	Metodologická kvalita postupu	20	<b>a</b>
8	Struktura a logika textu	25	<b>a</b>
9	Úroveň teoretické části práce	25	<b>a</b>
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	<b>b</b>
11	Práce se zdroji v textu	25	<b>b</b>
12	Úroveň analytické části práce	25	<b>b</b>
13	Úroveň projektové části práce	25	
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	<b>b</b>
16	Jazyková úroveň práce	10	<b>a</b>
17	Formální úroveň práce	10	<b>b</b>
<b>Celkové hodnocení</b>		<b>1,24</b>	<b>A</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Michaela Jalovecká se tematikou product placementu zabývá již od prvního ročníku a odvažuje se tvrdit, že se na tomto poli stává velkou odbornicí. Toto vše dokládá také předložený text, který je hodnotný zejména pro aktuální analýzu právního pojetí PP a prezentací spektra využití tohoto netradičního marketingového nástroje. Oceňuji také schopnost zapracovat do textu interní informace z českých televizí.

Ve Zlíně dne 13. května 2010

.....  
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