

## Hodnocení vedoucího diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	<b>Bc. Jana VALENTOVÁ</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 nástrojů marketingu k řízení kvality služeb</b>
Vedoucí práce	<b>Ing. Martina Juříková, Ph.D.</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	<b>B</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>C</b>
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	<b>B</b>
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	<b>C</b>
7 Metodologická kvalita postupu	20	<b>B</b>
8 Struktura a logika textu	25	<b>C</b>
9 Úroveň teoretické části práce	25	<b>C</b>
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	<b>B</b>
11 Práce se zdroji v textu	25	<b>C</b>
12 Úroveň analytické části práce	25	<b>C</b>
13 Úroveň projektové části práce	25	<b>C</b>
14 Využitelnost navrhaných řešení	15	
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	<b>B</b>
16 Jazyková úroveň práce	10	<b>B</b>
17 Formální úroveň práce	10	<b>B</b>
<b>Celkové hodnocení</b>	<b>1,52</b>	<b>C</b>

DP je postavena na průzkumné sondě a zevrubné srovnávací analýze komunikátů, jejichž závěry jsou zpracovány do kauzální SWOT analýzy. Domnívám se, že projevená snaha autorky nedostala objektivního posouzení, jelikož autorka nepodloženě dedukuje závěry z analýz, a to zřejmě z důvodu nedostatečného objemu získaných dat. V dotazníku totiž schází jakékoliv informace o dosavadních potřebách, požadavcích potenciálních klientek v oblasti kritérií výběru (vyjma důvodu odchodu) a zejména komunikace kadeřnictví. Řešen je pouze rozsah služeb, a to u vzorku respondentů, který ani nemusí být potenciální klientelou Salónu Marcela, což lze považovat za zásadní. Tento fakt je způsoben zřejmě několika zásadními změnami obsahu a tím i struktury práce v průběhu jejího zpracování.

Diplomantka na ní pracovala velmi zodpovědně, konzultovala dílčí části, metodické rady respektovala, ale věcně se často odklonila od zamýšlených cílů. Naopak ocenit je třeba zejména zpracování kauzální analýzy a projektu, který jistě přináší řadu zajímavých námětů k řešení interiéru a korporátního designu (nikoliv identity, jak je uvedeno v textu) pro zkoumanou jednotku, z hlediska požadavků na diplomovou práci

však postrádá komplexnost (např. stěžejní profilaci cílové skupiny nejen dle frekvence využití služeb, dále návrh balíčků či specializovaných služeb, optimální cenovou politiku, operativní management aj.) Chybí také zobecňující návrhy pro provozovny obdobného rozsahu.

**Otázky k obhajobě:**

Na základě analýz a rozhovoru s manažerkami salonu stanovte profil cílové skupiny, zvolte strategii a náplň jednotlivých prvků marketingového mixu vzhledem k jejím požadavkům.

V \_\_\_\_\_ dne

.....  
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