

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Autor práce	Bc. Milan Klemš
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční/kombinovaná
Akademický rok	2010/2011
Název práce	Promotion of Art Events and How to Communicate Their Emotions
Autor posudku	Peter Štarchoň, doc. Mgr., PhD.

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Naplnění tématu a rozsah práce	10	A
2	Samostatnost při zpracování	10	A
3	Přístup ke konzultacím	20	A
4	Formulace cílů a hypotéz práce	30	A
5	Metodická kvalita postupu	40	B
6	Úroveň teoretické části práce	50	A
7	Úroveň analytické části práce	50	A
8	Úroveň projektové části práce	50	B
9	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	60	A
10	Struktura a logika textu	40	A
11	Adekvátnost použitých zdrojů	30	A
12	Práce se zdroji v textu	30	B
13	Inovativnost a kreativita zpracování	20	A
14	Využitelnost navrhovaných řešení	20	A
15	Jazyková úroveň práce	10	A
16	Formální úroveň práce	10	A
Návrh hodnocení dle váženého průměru		1,13	A

Připomínky a hodnocení práce:

Predkladaná práca sa venuje vysoko špecifickej a zároveň aktuálnej oblasti aplikácií marketingu – marketingu kultúry. Vhľadom na skutočnosť, že súčasné trendy v uplatňovaní marketingovej koncepcie si vyžadujú nové prístupy a riešenia zvyšovania jej účinnosti v podmienkach konkrétnych organizácií, ktoré nemusia mať „výlučne“ orientáciu na dosahovanie zisku, je možné pozitívne hodnotiť už len výber témy. Kladné hodnotenie si však zasluhuje aj rozhodnutie diplomanta spracovať prácu v anglickom jazyku, ako aj jeho systematický prístup k riešeniu zvolenej problematiky. O silnej osobnej zainteretrovanosti diplomanta svedčia už len „menej tradičné a formálne“ poďakovania v úvodných stranách diplomovej práce. Diplomant si reálne uvedomuje význam emócií a marketingového umenia kalkulácie s emóciami pri tvorbe vhodných marketingových stimulov. Prácu orientoval na oblasti marketingu umeleckých podujatí, reflektujúc pritom populárnu a umeleckú rovinu a z nej vyplývajúcu čiastočnú odišnosť marketingových prístupov. V práci sú prezentované a využívané relevantné zdroje informácií potešiteľná je skutočnosť, že vychádzal i z práce Márie Tajtárovej, ktorá sa na Slovensku systematicky orientuje na marketing kultúry), ale sa vychádzal aj z vlastných praktických skúseností a informácií. Pri

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

dosahování stanoveného cíle realizoval dva primárne kvalitatívne orientované výskumy, ktoré boli východiskom pre prezentáciu návrhov v projektovej časti práce. Napriek skutočnosti, že návrhy sú prezentované skôr vo všeobecnej rovine, majú svoje reálne opodstatnenie. Menšiu pripomienku je možné (s odstupom času od procesu tvorby diplomovej práce) uviesť absenciu prehľadne spracovanej komparácie využívaných marketingových nástrojov, resp. činností v prípade Národného divadla v Londýne a Raindance filmového festivalu v grafickej podobe. Námietky by sa mohli týkať i výberu samotných podujatí, avšak diplomant ich výber v práci náležite zdôvodnil.

Diplomová práca ako celok zodpovedá kritériám, stanoveným pre diplomové práce a na základe skutočností uvedených v posudku sa odporúča na obhajobu pred komisiou pre štátne záverečné skúšky.

Otázky k obhajobě:

-

Ve Zlíně dne 20. května 2011

Podpis: