

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Adéla Zádrapová

**Téma BP:** Propagace Analýza komunikačních aktivit multikina GOLDEN APPLE CINEMA

**Akademický rok:** 2010/2011

**Vedoucí BP\*:**

**Oponent BP\*:** doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

\* Nehodící se škrtněte.

**Tabulka A**

| Kritéria hodnocení BP              | Stupeň hodnocení podle ECTS |          |        |          |        |                     |        | Stupeň hodnocení |
|------------------------------------|-----------------------------|----------|--------|----------|--------|---------------------|--------|------------------|
|                                    | A<br>1                      | B<br>1,5 | C<br>2 | D<br>2,5 | E<br>3 | F <sub>x</sub><br>4 | F<br>5 |                  |
| Náročnost tématu BP                |                             | x        |        |          |        |                     |        | 1,5              |
| Splnění cílů BP                    |                             |          |        | x        |        |                     |        | 2,5              |
| Teoretická část BP                 |                             | x        |        |          |        |                     |        | 1,5              |
| Analytická část BP                 | x                           |          |        |          |        |                     |        | 1                |
| Stylistická a gramatická úroveň BP |                             | x        |        |          |        |                     |        | 1,5              |
| Formální úroveň BP                 | x                           |          |        |          |        |                     |        | 1                |
| <b>Součet</b>                      |                             |          |        |          |        |                     |        | <b>9</b>         |

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.  
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (F<sub>x</sub> nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

**Tabulka B – Celkové hodnocení BP**

| Interval    | Stupeň ECTS    | Slovní hodnocení |
|-------------|----------------|------------------|
| 1,00 – 1,25 | A              | Výborně          |
| 1,26 – 1,75 | B              | Velmi dobře      |
| 1,76 – 2,25 | C              | Dobře            |
| 2,26 – 2,75 | D              | Uspokojivě       |
| 2,76 – 3,00 | E              | Dostatečně       |
| 3,01 – 4,00 | F <sub>X</sub> | Nedostatečně     |
| 4,01 – 5,00 | F              | Nedostatečně     |

### **Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:**

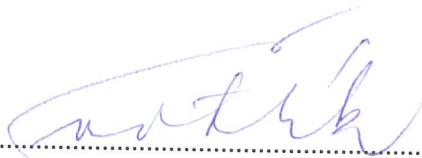
Zvolené téma je aktuální, z hlediska náročnosti práce mírně nadprůměrné. Obsahově je práce dobře zpracována, k metodice postupu nemá oponent žádné zásadní připomínky. Za jeden z hlavních nedostatků práce vidím skutečnost, že studenta jasně nedefinuje cíle své práce, čímž se stává poněkud obtížné tyto cíle vyhodnocovat. Rozsah použitých literárních zdrojů považuji za dostatečný, pokud se však týká jeho struktury a kvality konstatuji, že určitě k prospěchu věci by byly aktuálnější zdroje z oblasti marketingové komunikace a reklamy (Pelcmacker, Clow a Baack aj.). Teoretická část práce dle mého názoru je zpracována poněkud povrchně, přivítal bych podrobnější a detailnější vytvoření základu především v oblasti marketingové komunikace. Fakta v této části uváděné nepřekračují skutečnosti uváděné ve vysokoškolském učebním textu. Ke kvalitě určitě nepřispěly i několik pravopisných chyb v textu. V analytické části práce studentka prezentuje výsledek svého dotazníkového šetření, v textu mi chybí jakékoliv statistické vyhodnocení výběrového souboru (reliabilita, směrodatná odchylka, reprezentativnost vzorku aj.). Celkově však práci hodnotím velmi dobře, její kvalitu snižují nedostatky výše uvedené.

### **Otázky k obhajobě:**

- 1) V textu teoretické části hovoříte o komunikačních (reklamních) cílech. Můžete uvést některé konkrétní reklamní cíle a jakých zásad se držíme při jejich sestavení?
- 2) Jak bylo zajištěna ve Vámi uváděné SWOT analýze objektivní pohled při jejím zpracování?
- 3) Na straně 43 hovoříte o tom, že neexistence věrnostního programu „umožňuje divákovi snadný přechod ke konkurenci“. Kdo je v případě GAC konkurencí?
- 4) V textu mi chybí jakákoliv zmínka o efektivitě reklamního (komunikačního) působení. Můžete zkušební komisi seznámit s tím, co si pod tímto pojmem představujete a jak se dá efektivita měřit?

**Návrh na výslednou známku BP:** B – velmi dobře

Ve Zlíně dne 9.5.2011

  
.....  
podpis hodnotícího