

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Michaela Jalovecká
Název práce	Marketing hudebního vydavatelství
Obor/forma studia	MK KS
Akademický rok	2011/2012
Autor posudku	doc. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Naplnění tématu a rozsah práce	20	b
2	Nastavení cílů a metod práce	30	c
3	Úroveň teoretické části práce	50	b
4	Úroveň analytické části práce	50	d
5	Úroveň projektové části práce	50	b
6	Splnění cíle práce	60	b
7	Struktura a logika textu	40	a
8	Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	b
9	Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10	Jazyková úroveň práce	10	
11	Formální úroveň práce	10	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru		1,52	C

Připomínky a hodnocení práce:

Diplomová práce, v ktorej je osobná zainteresovanosť diplomantky evidentná, sa vo svojej podstate snaží riešiť problematiku identifikácie nových marketingových prístupov na trhu, ktorý je vystavený hlbokým štrukturálnym, systémovým i inovačným zmenám. To je dôvod, pre ktorý je možné vnímať zvolenú tému za aktuálnu i prínosnú zároveň. V danom kontexte je možné vidieť prínosy práce tak v teoretickej, ako aj praktickej rovine. Menšie výhrady sa však týkajú čiastočnej absencie zdrojov orientovaných priamo na marketing kultúry. Taktiež nie je vhodné používať v názvoch subkapitol anglické výrazy, najmä ak existuje plnohodnotný český ekvivalent (kapitola 2). Z pohľadu teoretických východísk práce vyznieva polemicky spracovanie jednotlivých častí marketingového mixu na základe osobných skúseností autorky práce. Diplomantka si taktiež pragmaticky vypomohla výsledkami realizovaných výskumov v minulých obdobiach, relevantných vo vzťahu k riešenej problematike. Aktualizácia v danom smere by však bola žiaduca. Pri osobnom rozhovore s manažérkou vybranej skupiny navyše nebol plnohodnotne využitý potenciál kvalitatívneho výskumu, taktiež absentoval prepis rozhovoru. Projekt New Business síce má reálne opodstatnenie, otáznou však ostáva jeho implementácia v praxi.

Otázky k obhajobě:

1. V čom spočíva rešerš dostupných primárnych zdrojov uvádzaná v kapitole 3.3?
2. Vysvetlite tzv. fragmentáciu a konvergenciu médií vo vzťahu k marketingu hudobného vydavateľstva.
3. Identifikujte základné bariéry implementácie navrhovaných riešení v projektovej časti diplomovej práce.

Ve Zlíně dne 28. 9. 2012

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