

## Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	<b>Bc. Dagmar Zavadilová</b>
Název práce	<b>Mediální a spotřebitelské chování singles 40 +</b>
Obor/forma studia	<b>MK KS</b>
Akademický rok	<b>2012/2013</b>
Autor posudku	<b>Jitka Vysekalová</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	<b>a</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	30	<b>a</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>b</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>b</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	<b>a</b>
6 Splnění cíle práce	60	<b>a</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>b</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	<b>b</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	<b>a</b>
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	<b>a</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,25</b>	<b>B</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Autorka spojuje vysokou úroveň teoretických znalostí s jejich výborným praktickým uplatněním. Jen v podkapitole mediální komunikace využívá převážně jen jeden literární zdroj. Na straně 31 zaměňuje pojmy marketingová strategie (v nadpisu) strategie marketingové komunikace (v textu). Výsledky kvalitativního výzkumu v oblasti mediálního chování uvádí v podobě citací konkrétních výroků respondentů a schází jejich interpretace. Pokud bude autorka v práci pokračovat, doporučuji srovnání výsledků kvantitativního šetření s výsledky celostátních reprezentativních výzkumů (Media projekt, SPIR i jednotlivá šetření výzkumných agentur). Jen na okraj: v grafech č. 9(str. 64) a č. 10 (str. 66) chybí část popisků.

### Otázky k obhajobě:

- 1) Charakterizujte vztah mezi mediální a marketingovou komunikací
- 2) Objasněte pojmy marketingová strategie a strategie marketingové komunikace
- 3) Co považujete na základě Vaší práce za základní charakteristické rysy skupiny singles 40 +

Ve Zlíně dne 2. 5. 2013

Podpis: doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D.