

## Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Marek Hodný		
Název práce	Využití ambientních médií v marketingové komunikaci		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2018/2019
Autor posudku	Mgr. Eva Šíkl Burešová, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	d
6 Splnění cíle práce	60	b
7 Struktura a logika textu	40	d
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	c
# Jazyková a formální úroveň práce	30	d
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,80</b>	<b>C</b>

### Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Správně strukturovaná a dobře členěná teoretická část přináší shrnutí základních pojmů oboru a tvoří kontext, do něž jsou ambientní média zasazena.
- Dotazníkové šetření je doplněno o náročnější výzkum formou focus-group.
- Autor se odvážně pustil do tématu, kterému se literatura, tím spíše česká, stále příliš nevěnuje.

### Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Formální a stylistické prohřešky, především pak velké množství „překlepů“, nebo chybějící text v kapitole 5, s. 41.
- Nedostatečně zpracovaná projektová část.

### Otázky k obhajobě:

- 1) Jaký je Váš názor na vztah ambientních médií k formám marketingové komunikace, jako např. guerilla marketing, buzzmarketing, word of mouth marketing či viral marketing?
- 2) Existuje podle autora obor, kde se nedá naplno využít principu ambientních médií? Stanovisko prosím zdůvodněte.
- 3) Mají dle autora ambientní média budoucnost? Případně, že ano, v jakém oboru především?

V Praze dne 28. 4. 2019

Podpis:



Hodnocení odpovídá stupnicí 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