

## Hodnocení vedoucího diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	<b>Bc. Jitka Alexová</b>
Studijní program	<b>Mediální a komunikační studia</b>
Obor studia/ateliér	<b>Marketingové komunikace</b>
Forma studia	<b>prezenční</b>
Akademický rok	<b>2009/2010</b>
Název práce	<b>Guerilla marketing a advertising z interkulturního pohledu</b>
Oponent práce	<b>Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.</b>

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	<b>A</b>
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	<b>A</b>
3	Přístup ke konzultacím	15	<b>A</b>
4	Samostatnost při zpracování	10	<b>A</b>
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	<b>A</b>
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	<b>A</b>
7	Metodologická kvalita postupu	20	<b>A</b>
8	Struktura a logika textu	25	<b>A</b>
9	Úroveň teoretické části práce	25	<b>A</b>
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	<b>A</b>
11	Práce se zdroji v textu	25	<b>A</b>
12	Úroveň analytické části práce	25	<b>A</b>
13	Úroveň projektové části práce	25	<b>A</b>
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	<b>A</b>
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	<b>A</b>
16	Jazyková úroveň práce	10	<b>B</b>
17	Formální úroveň práce	10	<b>A</b>
<b>Celkové hodnocení</b>		<b>1,13</b>	<b>A</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Téma práce je aktuální, autorka vyhledala dostatečné množství informací, využila dostupné zahraniční zdroje. Přehledně je zpracována mapa tržního bojiště podle tří zvolených kritérií. Analýza kampaní je vhodně doplněna ukázkami konkrétních kampaní, jejich kreativních konceptů. Navržený projekt guerillové kampaně je realizovatelný v praxi. Práce je kvalitně zpracovaná, zajímavá, obsahově bohatá, logicky členěná. Využití zdroje jsou citovány, hypotézy práce jsou dobře definovány, po metodologické stránce je práce velmi kvalitní.

Ve Zlíně dne 5. 5. 2010

.....  
Podpis hodnotitele

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