

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Veronika JANÁČKOVÁ
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Marketingová strategie firmy Rademaker, s. r. o. při vstupu na nový trh B2B
Vedoucí práce	Ing. Martina Juříková, Ph.D.

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	A
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	B
3	Přístup ke konzultacím	15	C
4	Samostatnost při zpracování	10	A
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	B
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	C
7	Metodologická kvalita postupu	20	B
8	Struktura a logika textu	25	B
9	Úroveň teoretické části práce	25	B
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11	Práce se zdroji v textu	25	A
12	Úroveň analytické části práce	25	B
13	Úroveň projektové části práce	25	C
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	
16	Jazyková úroveň práce	10	B
17	Formální úroveň práce	10	C
Celkové hodnocení		1,39	B

Autorka se při zpracování potýkala s nedostatkem dostupných dat, a proto některé části analýzy se mohou jevit subjektivní. Ocenit však je třeba množství a rozsah analýz, jež měly být podkladem pro projekt. Ten však, dle mého názoru, mohl být zpracován důsledněji a konkrétněji na zvolenou cílovou skupinu.

Po formální stránce se autorka snažila taxativně pojet zejména teoretickou část. Text psaný v odrážkách však působí naopak – roztažitě, a tak zbytečně kvalitu práce snižuje. Uvedené drobné (zejména věcné) nedostatky mohly být odstraněny u častějších konzultací zejména v letním semestru.

V _____ dne _____

.....
Podpis hodnotitele práce

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