

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Pavčina Sušilová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Vliv sponzoringu na image značky
Oponent práce	Mgr. Patrik Kamas

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	b
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	a
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	a
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	a
7 Metodologická kvalita postupu	20	a
8 Struktura a logika textu	25	a
9 Úroveň teoretické části práce	25	a
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	a
11 Práce se zdroji v textu	25	a
12 Úroveň analytické části práce	25	a
13 Úroveň projektové části práce	25	b
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	b
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	b
16 Jazyková úroveň práce	10	a
17 Formální úroveň práce	10	a
Celkové hodnocení	1,18	A

Připomínky a hodnocení práce:

Studentka dodržela formální požadavky a sestavila zajímavou bakalářskou práci, která je v pořádku po stránce členění, zdrojů i jazykové. Interpretace dotazníkového šetření je na dobré úrovni, i když v případě dotazníku by některé dotazy mohly být položeny přesněji (zejména otázka č. 6).

Otázky k obhajobě:

- 1) Opravdu u společnosti neexistuje žádný plán sponzorských aktivit ani rozpočet na ně (jak vyplývá ze SWOT analýzy), byť určený mateřským koncernem?
- 2) Jak si vysvětlujete rozpor ve vnímání značky Barum veřejností: nesportovní značka x největší sponzorskou aktivitou je sportovní soutěž.
- 3) Co je podle vás důvodem toho, že v budování povědomí o značce neexistuje jasná koncepce?