

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(dále jen BP)

Jméno studenta: Marika Zápečová

Téma BP: Komunikační plán sportovní akce společnosti XY spol. s r.o.

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*:

Oponent BP*: doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

* Nehodící se škrtněte.

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP		x						1,5
Splnění cílů BP	x							1
Teoretická část BP		x						1,5
Analytická část BP		x						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		x						1,5
Formální úroveň BP	x							1
Součet								8

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (Fx nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

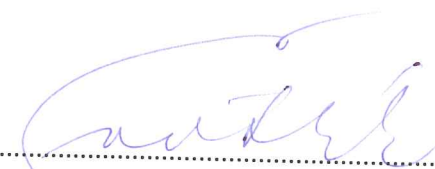
Předložená práce je aktuální, z pohledu náročnosti zvoleného tématu mírně nadprůměrně náročná. V úvodu práce studentka správně explicitně definuje cíl práce a způsob řešení. Vyšší kvalitě práce by přispělo rozpracování cíle i do dílčích cílů, stejně jako popis použitých metod. V teoretické části práce, která vytváří potřebnou základnu pro zpracování části analytické, se studentka bohužel nevyhnula některým zjednodušením. Jako příklad může posloužit charakteristika médií na str. 21, konkrétně charakteristika internetu. Z pohledu formulací by práci rovněž prospělo, kdyby se studentka vyhnula pro tento typ práce některým spíše hovorovým termínům, např. „závěrečný padák do cíle“, rovněž „od KÚ jsme získali“ je pro tento typ práce nevhodný. Ve SWOT analýze na str. 34 uvádí studentka ve slabých stránkách projektu i fakta, která patří spíše do příležitostí tohoto závodu. Návrhová část práce, ve které studentka předkládá vlastní návrh komunikační kampaně sportovní události je kvalitně zpracována. Práci hodnotím velmi dobře.

Otázky k obhajobě:

- 1) Na straně 20 uvádíte proces plánování reklamy. Vysvětlete rozdíl mezi fází měření efektivity (podrobněji popište) a vyhodnocením reklamy.
- 2) Vysvětlete způsob stanovení reklamního rozpočtu. Jak je častý barter v české reklamní praxi?
- 3) Na str. 24 uvádíte jako „duševní stádia“ mody AIDA a DAGMAR. Co tyto modely z pohledu reklamní praxe stanovují a které novější modely znáte?

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře

Ve Zlíně dne 15.5.2011


.....
podpis hodnotícího