

Hodnocení oponenta diplomové práce

| | |
|-------------------|--|
| Autor práce | Bc. Barbara Scavino |
| Název práce | Vliv hudební složky v marketingové komunikaci |
| Obor/forma studia | MK KS |
| Akademický rok | 2012/2013 |
| Autor posudku | Prof. PhDr. Pavel Horňák, Ph.D. |

| Hodnocený parametr | Váha | Hodnocení |
|--|-------------|-----------|
| 1 Naplnění tématu a rozsah práce | 40 | c |
| 2 Nastavení cílů a metod práce | 30 | b |
| 3 Úroveň teoretické části práce | 50 | b |
| 4 Úroveň analytické části práce | 50 | a |
| 5 Úroveň projektové části práce | 50 | |
| 6 Splnění cíle práce | 60 | a |
| 7 Struktura a logika textu | 40 | a |
| 8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu | 30 | a |
| 9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů | 20 | a |
| 10 Jazyková a formální úroveň práce | 20 | b |
| Návrh hodnocení dle váženého průměru | 1,29 | B |

Připomínky a hodnocení práce:

Diplomová práce Bc. Barbary Scavino je zaujímavým a vo viacerých oblastiach aj podnetným pokusom o spracovanie aj z hľadiska reklamy zaujímavej hudby. Úvodným teoretickým kapitolám by však pomohlo vyššia miera kontextu s témou, napr. aj prostredníctvom autorkinho názoru. Na úvahu je aj pomer častí práce – projektová chýba (resp. ju nahrádza jedna strana doporučení, či takisto strana záveru), pričom výsledky výskumu zverejnila len na 3 stranách... Otázkou je, či nemala byť výskumná otázka, resp. ich počet, či samotný predmet praktickej časti širší. Ten by umožnil robiť aj viaceré komplexnejšie závery.

Otázky k obhajobě:

1. V texte sa píše o 30 sekundovej reklamnej znelke, pričom autorka tvrdí na inom mieste, že znelka je len „značkou“ programových celkov v médiách?
2. Pokúste sa bližšie odlišiť zvukové logo a jingle.
3. Híbkové rozhovory (vychádzam z textu práce) nepovažuje autorka za „kvalitatívne šetření“?

Ve Zlíně dne: 6.5.2013

Podpis:

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