

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Veronika Říčková Smetáková		
Vedoucí práce	PhDr. Pavla Kotyzová		
Obor/ateliér	Marketingové komunikace		
Forma studia	KS	Akad. rok	2008/9
Název práce	Teleshopping jako součást efektivní komunikace		

Tabulka A – hodnotí náročnost tématu, nikoli zpracování

Hodnocení náročnosti tématu:	Úroveň		
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná
Teoretické znalosti	x		
Praktické zkušenosti		x	
Sběr a zpracování podkladů a vstupních dat	x		
Specifické nároky tématu (originalita, rozsah, statistické zpracování dat, interpretace závěrů apod.)		x	

Tabulka B – hodnotí úroveň zpracování tématu

Kritéria hodnocení práce:	Úroveň			
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná	nelze hodnotit
Splnění cíle práce		x		
Samostatnost při zpracování				x
Metodologická kvalita postupu		x		
Úroveň teoretické části		x		
Práce s literaturou (citace)		x		
Úroveň analytické části		x		
Adekvátnost použitých metod	x			
Úroveň návrhu řešení (realizace)				x
Jazyková úroveň práce	x			
Formální úroveň (text, grafy, tabulky)	x			
Přehled literatury (rozsah, kvalita)		x		
Jiné kritérium (novost, přínos praxi)	x			

Hodnocení v jednotlivých kritériích označte znakem **X** v příslušné úrovni.
(Obraťte, prosím, list a pokračujte v hodnocení na druhé straně formuláře.)

Připomínky a otázky k obhajobě:

V bakalářské práci se studentka zaměřuje na teleshopping, téma souhrnně nezpracované. Autorka se jím zabývala již v ročníkových pracích a je zřejmé, že problematice teleshoppingu rozumí. Předchozí, vlastní realizované výzkumy v bakalářské práci zmiňuje. Tentokrát se zaměřila na realizátory teleshoppingu – různé typy agentur a tvůrců s cílem zjistit, jak a v jaké míře, za jakých okolností se s teleshoppingem setkávají, jaké jsou jejich zkušenosti a názory ve vztahu k tomuto tématu.

Autorka formuluje dvě pracovní hypotézy, činí tak ale ihned v úvodu práce, před prostudováním teoretických podkladů a literatury.

V teoretické části charakterizuje teleshopping, zasazuje do rámce televizního vysílání. Uvádí mnoho cenných faktů a číselných údajů, které však nejsou vždy opatřeny označením zdrojů (např. s. 12). Také odkazy na vlastní průzkumy by mohly být přesněji specifikovány. Např. u vlastního průzkumu, uvedeného na s. 18-19, postrádám informace o počtu a charakteristice respondentů atd. Kapitola 4 *Postavení teleshoppingu v rámci marketingových komunikací* by bylo vhodné zařadit do teoretické, nikoliv praktické části.

Pátou kapitolou autorka otevírá praktickou část svojí práce. Precizně popisuje svoje záměry, specifikuje metodiku dotazníkového šetření a respondentů. Jako cíl si dává porovnání výsledků se závěry prací z předchozích let (s. 29), toto ale není jasně v práci formulováno. V popisu výsledků dotazníkového šetření kvalifikovaně předkládá u každé otázky důvody k jejímu uvedení a dílčí závěr. Celý text dotazníku je prakticky předložen v příloze.

Získané poznatky autorka v závěru shrnuje a interpretuje. V Závěru postrádám jasněji formulovanou verifikaci hypotéz.

Studentka se opírá o značné množství zdrojů, které cituje podle normy, schází však základní literatura, přesné odkazy v textu na monografie uvedené v seznamu. V teoretické části by bylo prospěšné porovnávat názory více autorů a doplňovat je názorem vlastním, či vlastními poznatky. Občas by práci prospěly přesnější formulace (př.: *Učinila jsem dva větší výzkumy* – s. 7 nebo *Dle výsledků nezávislých výzkumných agentur však prokazatelně dochází...* – s. 45),

Práce je psána kultivovaným jazykem, bez chyb, opatřena přehlednými a srozumitelnými grafy, formální stránka bakalářské práce je výborná.

Návrh na klasifikaci bakalářské práce: **B, velmi dobře.**

Ve Zlíně dne 21. 8. 2009


.....
podpis oponenta BP