

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	Marta Potužníková		
<b>Vedoucí práce</b>	doc. PhDr. Miroslav Zelinský, CSc.		
<b>Obor/ateliér</b>	Marketingové komunikace		
<b>Forma studia</b>	prezenční	<b>Akad. rok</b>	2008/2009
<b>Název práce</b>	Nový produkt na trhu – <i>kult-magazín</i>		

**Tabulka A – hodnotí náročnost tématu, nikoli zpracování**

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

**Tabulka B – hodnotí úroveň zpracování tématu**

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

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 teoretické části práce se paní Marta Potužníková překvapivě zabývá, sice velice stručně, i otázkou novinářského kodexu. Tento komplex se tematizuje jenom v teoretické části, což je jenom logické, protože autorka se zabývá komplexem odbytu definovaného žurnalistického produktu. Škoda, že se nediskutují podrobněji různé marketingové strategie. To by bylo celé práci velice prospělo. Ani v projektové části se autorka nerozhodla představit další marketingové strategie, které by pak diskutovala již s ohledem na definovaný produkt. Tím se snižuje kvalita jinak dobré práce.

Rozsáhlé analytické části by bylo prospělo, kdyby se v detailu vysvětlilo sestavení dotazníku, uvedly důvody pro zvolené typy otázek, jejich počet, provedení dotazníkového šetření. Dost často se autorka v této části práce spokojí s popisem zjištěných dat, chybí diskuse. Což je velická škoda, protože je jasně znát, že autorce na důkladném zpracování šetření záleží.

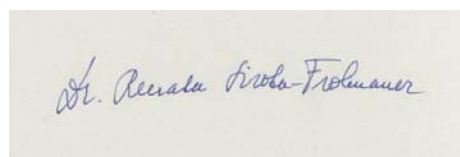
Právě na projektové části lze pozorovat, jak by práci prospělo, kdyby byly části lépe propojené odkazy. A tak ve zmíněné části jasně chybí diskuse několika zásadních variant v rámci marketingové strategie. Tady nestačí nabídnout různá grafická řešení. V rámci zvoleného řešení nabízí autorka celou řadu dobrých návrhů, které by si byly jistě zasloužily, aby je argumentativně lépe podchytila.

## OTÁZKY:

1. V práci se navrhuje jako řešení problému – zlepšení produktu.  
Proč se volí toto řešení? Doplnit nabídku témat, změnit grafickou úpravu, rozšířit distribuci atd.  
Jaké další možnosti / varianty by byly myslitelné?
2. Jak posuzujete možnosti objevit novou cílovou skupinu / nový trh v Regensburgu / regionu?

Návrh na klasifikaci bakalářské práce: **B – velmi dobře**

Ve Zlíně dne 19.5.2009



.....  
podpis oponenta BP, Dr. Renata Sirota-Frohnauer

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

A - výborně	B - velmi dobře	C - dobře	D - uspokojivě	E - dostatečně	F - nedostatečně
-------------	-----------------	-----------	----------------	----------------	------------------