

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Pavel Nový
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management
Téma diplomové práce: Analýza využití marketingového komunikačního mixu vybraného subjektu

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou
- O) Přístup autora k řešení problematiky práce
- P) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

☒
☐

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předložená práce se zabývá marketingem, především marketingovou komunikací, v oblasti společností, které provozují muzikálová představení. Autor se zabývá segmentem, ve kterém se velmi dobře orientuje. Metodické postupy byly upravovány v diskuzi mezi vedoucím práce a studentem s ohledem na možnosti získávání informací a dat. V teoretické části autor využívá také zahraničních časopiseckých zdrojů, což je velmi pozitivní. Cíl práce je naznačen v úvodu a konkretizován v kapitole č. 3. Práce do určité míry navazuje na bakalářskou práci a zčásti využívá metodiky v ní rozebranou. Klíčové pasáže práce vycházejí z autorova pozorování a analýz dostupných dokumentů a zčásti i z komunikace se zástupci analyzovaných firem. Autor navrhuje různé možnosti pro hodnocení

marketingové komunikace sledovaných subjektů a snaží se závěrem porovnat, ale také dát do vztahu s kvantitativními ukazateli (průměrné ceny, obsazenost).

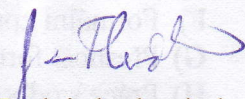
Slabší stránkou práce je užší spektrum návrhů a jejich menší propracovanost, a také v některých pasážích jazykové formulace.

Celkově považuji diplomovou práci za zdařilou. I přes dílčí nedostatky navrhuji hodnotit klasifikačním stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě⁴:

Jak se vyvíjí muzikálový trh obecně? Jakým způsobem by bylo vhodné na tento vývoj reagovat v oblasti marketingové komunikace? Je u zkoumaných subjektů patrná reakce na vývoj trhu?

V Plzni, dne 16. 1. 2015


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte oboustranně vytištěný na sekretariát KFU, FEK ZČU do 12. 1. 2015. Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).