

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Bc. Pavel Mlnářík
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Embedded Marketing v České republice

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

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předložená diplomová práce řeší problematiku product placementu v České republice, přičemž autor využívá v různých částech práce srovnání se situací v USA (spíše ve smyslu původního trhu), Itálii a Rusku. Po intenzivní rešerši sekundárních zdrojů autor došel k názoru, že pojmy embedded marketing a product placement jsou synonymy, a proto v práci primárně hovoří o product placementu.

Tématika product placementu je v českých odborných zdrojích řešena spíše okrajově (pravděpodobně i v důsledku dřívějších legislativních omezení), to ovšem neznamená, že k praktické aplikaci product placementu nedocházelo již dříve (možná i pod jinými názvy). V tomto smyslu je významným přínosem diplomové práce její rešeršní část, kdy autor velmi zevrubně analyzuje sekundární zdroje a široce tematiku rozpracovává. V rámci kap. 2.4 také zmiňuje pojmy příbuzné k product placementu. I

s ohledem na široké využívání zahraničních zdrojů považuji tuto část práce za velmi kvalitní. Je zřejmé, že autor dokáže pracovat se širokým rozsahem zdrojů.

V kap. 3 a 4 analyzuje autor product placement v České republice a vše v kap. 5 porovnává se situací v Itálii a v Rusku, zde jde o země, které autor vybral s ohledem na dostupné osobní kontakty, znalost jazyka, ale i pro jejich pravděpodobnou odlišnost od situace v ČR.

V kapitolách 6-10 pak autor shrnuje vlastní realizované průzkumy (eye-tracking ve spojení s hloubkovým rozhovorem, focus group), jejichž omezením je reprezentativnost vzorků (regionální zaměření a zaměření na generaci Y). Nicméně u obou použitých metod autor prokazuje jejich zvládnutí a domnívám se, že i při omezeních daných vzorkem autor dosahuje zajímavých a i aplikovatelných výsledků.

V některých částech práce autor narazil na neochotu poskytnout konkrétnější data a informace (především s ohledem na obchodní tajemství), ale to je v kontextu očekávaného tématu očekávané.

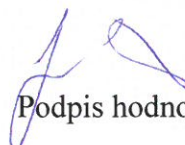
Autor se nevyvaroval dílčích formálních chybiček, překlepy nacházím např. na str. 18 ve zdroji obrázku č. 5. Ne zcela běžné a přesné je členění použitých zdrojů.

Celkově v práci autor dokázal využít svých zkušeností získaných během studia a vhodně je v práci propojit. Navrhuji práci hodnotit klasifikačním stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Na obr. č. 6 uvádíte možnosti pro product placement (možnosti umístění produktu). Jak dalece tato tabulka odpovídá definicím product placementu v kap. 2.1.3?

V Plzni, dne 24.5.2017



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 Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

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

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Univerzitní 22 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).