

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studentky: Lenka Němcová

Název práce: Komunikační mix festivalu Pelhřimov – Město rekordů

Cíl práce: charakterizovat komunikační aktivity, způsob propagace a jednotlivé nástroje komunikace festivalu Pelhřimov – město rekordů, aplikované v roce 2011

Jméno oponenta: Mgr. Jan Šíma

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Práci hodnotím jako výbornou.

Kladně hodnotím už samotný abstrakt práce, ze kterého je jasné a zřetelné, co je cílem práce, jaké konkrétní metody autorka v práci využívá a jaký je výstup z práce v podobě výsledků.

Také práce samotná a její jednotlivé kapitoly jsou jasně strukturovány, logicky na sebe navazují a vytvářejí kompaktní celek. Zhodnocení komunikačního mixu by však mělo být zařazeno ještě do analytické části práce (na závěr kapitoly 5), nikoliv do syntetické části (kapitoly 6) A dle mého názoru by se zde autorka měla hlouběji zamyslet nad tím, jaké nástroje jsou využívány dostatečně a kde jsou ještě „rezervy“ - **otázka č. 1 k obhajobě**

Syntetická část práce v podobě kapitoly 6.2 obsahuje řadu zajímavých a promyšlených nápadů, které se zdají být v praxi realizovatelné. Pro lepší představu autorčiných návrhů by snad mohly být zařazeny i grafické návrhy či nákresy navrhovaných nástrojů komunikačního mixu. Například u kampaně „Bud' vidět“ se domnívám, že by to bylo v silách a schopnostech autorky.

Otázka č. 2 k obhajobě

V práci zmiňujete film Největší z Čechů jako úspěšný nástroj marketingové komunikace v podobě product placement. Podílela se agentura Dobrý den na financování tohoto filmu, jak by napovídal samotný příběh filmu? Pokud ano, jakou částkou a měli představitelé agentury možnost ovlivnit „pozitivní obraz“ agentury ve filmu?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: **výborně**

V Praze dne 1. 9. 2012

.....
Mgr. Jan Šíma