POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Tereza Píšová
Název práce: Marketingová komunikace Mezinárodního horolezeckého filmového festivalu

Cíl práce: navrhnout nové postupy v jednotlivých částech marketingového komunikačního mixu tak, aby byly pro Mezinárodní horolezecký filmový festival účinnější a efektivnější

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	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	výborně
Adekvátnost použitých metod	výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	výborně
Stylistická úroveň, jazyk	velmi dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:
Podprůměrná Průměrná **Nadprůměrná**

Hodnocení práce:

Práci hodnotím jako velmi dobrou. Jak po stránce obsahové tak formální. Hlubší analýzu si podle mého názoru zasloužily výsledky dotazníkové šetření i provedená SWOT analýza.

Připomínky mám také ke gramatice a stylistice. Diplomová práce je odbornou prací. Je proto nutné ji psát odborným jazykem. Nejen v teoretické části práce, ale také analytické a při interpretaci dat by měla studentka prokázat schopnost využívat odborného jazyka na úrovni, která se očekává od studentky magisterského studia. U řady autorčiných vyjádření toto pravidlo není ctěno.

Připomínky:

Autorka v práci uvádí, že je v práci použito písemného dotazování. Přesto své pomocníky, kteří ji pomohli distribuovat dotazníky, označuje jako „tazatele" – otázka č. 1

U výsledků odpovědí na otázku č. 8 chybí uvedení, kolik tzv. „chybných" sponzorů respondenti v dotazníku označili (mylně). Poskytlo by to lepší informaci o tom, nakolik respondenti jen tipovali a jak moc jsou spolehlivé správné odpovědi – otázka číslo 2

V drtivé většině případů jsou výsledky dotazníkového šetření interpretovány jen velmi stručně, bez zamyšlení se nad příčinami výsledků, jejich dopady apod. Ve většině případů studentka pouze opakuje to, co čtenář sám může shlédnout v tabulce. Chybí jakékoliv vysvětlení, polemika, pochybnosti o spolehlivosti odpovědí, návrhy vycházející z výsledků apod.). – otázka č. 3

Také provedená SWOT analýza je stručná, pouze v podobě hesel, bez bližšího komentáře a konkrétních doporučení. Možnosti rozvinutí silných stránek komentovat stylem „vyzdvihnout to" či „zdůraznit to" je nedostatečné.

Autorka se nevyvarovala gramatických chyb. Zejména v souvislosti se shodou podmětu s přísudkem (např. Poměrně početné zastoupení měli i věkové skupiny…" apod.)

Otázky k obhajobě:

1. Jakou konkrétní roli sehráli Vaši pomocníci, které označujete jako „tazatelé"? Mohli respondentovi pomoci při vyplňování? Měli možnost respondentovi dovysvětlit znění některých otázek?
2. Kolik respondentů se spletlo a napsalo sponzora, který s akcí neměl nic společného. Opakovalo se jméno některého z těchto „falešných" sponzorů? Jaké? Čím si tuto skutečnost vysvětlujete?
3. V práci uvádíte, že „celkově nelze říci, zda výsledky dopadly pozitivně nebo negativně". Můžete tuto svou myšlenku rozvést?
4. V krátkém shrnutí výsledků na straně 66 uvádíte, že „průměrný respondent" (dost zvláštní označení) byl pracující muž, který m. j. zná místní sponzory jako je pivovar Primátor nebo outdoorová prodejna Redpoint (chápu to tak, že si je vybavil), přesto si v průběhu roku žádné reklamy nevšiml". Můžete komisi vysvětlit tento rozpor?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: **výborně – velmi dobře** v závislosti na průběhu obhajoby

V Praze dne 6. května 2012

.....

Mgr. Jan Šíma