

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Kristýna Kolocová

Název práce: Marketingová komunikace European Youth Olympic Winter Festival 2011

Cíl práce: Popis a analýza marketingové komunikace EYOWF 2011 a návrhy na zlepšení

Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- vstupní údaje / jejich zpracování	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- použité metody	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná průměrná nadprůměrná

Hodnocení, připomínky – příp. otázky k obhajobě: Je otázkou, zda historie EYOF patří do teoretických východisek, navíc je tato část příliš krátká. Některé části (např. teorie) mohl být více rozvedeny, možná jiné jinak strukturovány, aby nebyl přesažen dobrý počet stran. Chtělo by to více nepřímých citací (např. i u historie EYOF). Stejně tak i přímé citace (např. str. 28) nemají odkazy (na str. 31 chybí i uvozovky na konci citátu). Drobné stylistické nedostatky.

Otázky k obhajobě: Na koho byla komunikace soustředěna (skupina, region,...), proč, považujete to za šťastnou volbu? Proč bylo používání slovo COOL při propagaci? Komunikace byla hlavně soustředěna na regionální úroveň, přesto byl preferován deník MFDNES – okomentujte, prosím. Jak byste vyhodnotila jméno maskota z hlediska zahraničních účastníků? „Nedostatečný zájem médií“ (str. 50) – kde byste hledala chybu, a jak byste vyhodnotila PR, o které píšete jen pár řádků? Proč nebyl žádný zlatý partner, a jak to mohlo ovlivnit komunikaci?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: Velmi dobře

V Praze dne 30.8. 2011

.....