



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Daniel Hecler
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Výzkum venkovní reklamy v centrální části města Plzeň

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Autor přistoupil ke zpracování DP odpovědně, konzultoval teoretickou část i vlastní výzkum. Teoretická část práce vychází ze současného pojetí marketingu a zejména venkovní reklamy (od s. 22 a dál). Přehledně jsou zpracovány výhody a nevýhody venkovní reklamy a následně i popis typologie. Přínosné je pojednání o trendech venkovní reklamy, kde autor využil i řadu zahraničních zdrojů (s. 39-47). V kapitole č. 5 autor vhodně zpracoval teorii marketingového výzkumu a tu potom od s. 59 aplikuje v návrhu vlastního výzkumu. Empirická část využívá metodiky ESOMAR a obsahuje podrobné výzkumné šetření OOH reklamy ve městě Plzeň v lokalitě U Práce. Výstupy najdeme od s. 69, kde jsou nejdříve přehledně zpracovány tzv. rodné listy všech nosičů OOH reklamy ve sledované

oblasti. Autor je doplňuje i zajímavými autentickými komentáři. Na s. 91 najdeme poznámku i k nelegální reklamě a následuje šetření pohybu pěších a dopravních prostředků v lokalitě se vztahem k reklamním prostředkům.

Dle zadání od s. 108 prezentuje výzkumnou zprávu, kde jsou přehledně uvedené závěry a zejména propočty OTC na s. 115-116. Následně je stanovena i hodnota OOH reklamy ve sledované oblasti. Kapitola 6.5 obsahuje komparaci výstupů se studie z roku 2015 z navazující oblasti. Celkově tak práce přináší jedinečnou studii OOH reklamy ze středu města Plzeň z let 2015 - 2016, která bude využita ve výuce komerční komunikace.

Rozsáhlý je i seznam zdrojů a práci dále dokumentují i její přílohy.

Celkově ji hodnotím jako výbornou marketingovou studii OOH reklamy.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jaké trendy v OOH reklamě lze předpokládat i ve městě typu Plzeň, či které doporučíte?

V Plzni, dne 26. 4. 2016

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: Husova 11 - 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).