

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

**Jméno studenta:** Pavel Mlnářík  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Embedded marketing v České republice  
**Hodnotitel – oponent:** doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.  
**Podnik – firma:** Ekonomická fakulta ZČU v Plzni

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 (řešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**výborně**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>

Téma práce asi většina z nás zná spíše pod pojmem product placement. Autor již v úvodu uvádí, proč budou příklady vybrány kromě ČR i z Itálie a Ruska a vzhledem k jeho stáži a dalším odborným aktivitám je to logický výběr. Cíle práce jsou přehledně uvedeny v kapitole 1. Kapitola 2 se zabývá vymezením produktu a pojmu product placement, klíčový přehled je v tabulce na s. 18, která dokladuje i komparaci zdrojů a odbornou fundovanost autora. Možnosti umístění produktu jsou shrnuty na s. 20 a následuje výběr médií. Autor se zabývá i výhodami a nevýhodami product placement a vyhodnocováním výsledků, správně věnuje pozornost i sociálním sítím.

Ve třetí kapitole najdeme informace k právnímu rámci problematiky, která se v ČR více ujasnila až v roce 2010. Dále se autor stručně věnuje problematice z pohledu našich hlavních televizních kanálů a následně v kapitole 5 stručně uvádí poznámky k Itálii a Rusku.

Od s. 54 je v kapitole 6 popis návrhu vlastního výzkumu s oční kamerou a je zde přehledně popsána metodika tohoto průzkumu. Výzkumné otázky najdeme strukturovaně na s. 57, eyetracking byl realizován s deseti účastníky a dále autor využil metody focus group (FG). Přitom cílovou skupinou jsou respondenti generace Y, nejen studenti VŠ, ale i SŠ u FG.

Na s. 60 - 61 je zajímavý popis realizovaného eyetrackingu a potom následují ukázky z vyhodnocení s komentáři. Neprokázal se rozdíl ve sledování mezi muži a ženami. Následuje podrobný záznam



z hloubkových rozhovorů, který na příkladech dokladuje, jak vnímáme, či nevnímáme, značky ve zvolených filmech a videoklipech.

Od s. 91 následuje popis realizace dvou FGs se studenty střední školy s komentovaným uvedením výstupů z těchto skupinových rozhovorů.

Dílejší poznatky jsou uvedeny v závěrech práce, asi nejvýznamnějším je, že pasivní product placement zástupcům generace Y nevadí.

Práce je doplněna řadou vhodných příloh.

Celkově považuji předloženou práci za zajímavou a i inspirativní v jejím zaměření na product placement. Autor také prokázal, že je schopný naplánovat, realizovat, vyhodnotit a interpretovat výzkum s využitím eyetrackingu a focus group.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Ve své práci se několikrát dotýkáte problematiky prezentace cigaret a alkoholu ve filmech. Vaše výstupy tedy spíše ukazují, že generace Y je k tomu benevolentní?

V Plzni, dne 15. 5. 2017

Podpis hodnotitele

---

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> 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](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).