

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Kateřina Kocová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Event marketing ve vybraném podniku

Hodnotitel – oponent: Michal Mičík
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

V předložené práci se studentka zabývá event marketingem ve firmě AIMTEC. Cíle práce jsou uvedeny na začátku v samostatné kapitole. Práce mohla být lépe členěna, kapitoly jsou obsahově nevyvážené (např. kap. 1 a 2 vs kap. 3). Studentka se v teoretické části vcelku dobře vypořádala s rešeršní literatury - některé zdroje jsou poměrně zastaralé, nicméně je potřeba ocenit snahu autorky vyhledávat a využívat větší množství zdrojů. Na druhou stranu je škoda, že autorka zdroje více nekomparovala (některé dlouhé pasáže v práci vychází z pouze jednoho zdroje - např. kap. 3.3.3, 3.3.6, 3.3.7 apod). Obecně je až příliš využívána publikace Šindler, 2003. Praktická část začíná představením společnosti AIMTEC. V kapitole 5 dochází k popisu interního prostředí, kde mi u popisu komunikačního mixu chybí nějaké grafické oživení (např. u reklamy, PR,..). Webové stránky a sociální sítě nelze zahrnout pouze pod PR, prochází téměř celým komunikačním mixem. Následuje popis minulého ročníku eventu, na základě kterého autorka uvádí doporučení pro event budoucí. Protože studentka v teoretické části popisovala SWOT analýzu, je škoda, že se zde SWOT matice pro event neobjevila, zcela jistě by vytvořila kvalitní základ pro plánování akce. Samotný následný návrh eventu je reálně proveditelný. Celkově práci hodnotím jako "velmi dobrou" až "výbornou" podle průběhu obhajoby.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Sestavte SWOT matici pro Vámi plánovaný event.

V Plzni, dne 16.5.2018

Podpis hodnotitele

