



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Bc. Nikola Živčáková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Výzkum venkovní reklamy v centrální části města Plzně

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

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Autorka přistoupila k tématu práce velmi zodpovědně, průběžně jej konzultovala a upřesňovala. V ČR v současné době není ujednocená metodika hodnocení OOH reklamy a práce tak představuje velmi zajímavou odbornou studii. Cíle práce jsou uvedené na s. 7 v úvodu práce.

Teoretická část práce pracuje s relevantními zdroji a upřesňuje tak problematku OOH reklamy včetně shrnutí jejích výhod a nevýhod. Velmi cenný je přehled typologie OOH reklamy v kapitole č. 2, který je sestaven na základě současných odborných zdrojů. Tento přehled podstatně upřesňuje současné učebnice. Na to navazuje zpracování trendů OOH reklamy včetně vhodné obrazové dokumentace. V kapitole č. 4 nás autorka seznamuje se stavem měření OOH reklamy v ČR a s výstupy některých dílčích projektů. Kapitola č. 5 se věnuje marketingovému výzkumu a představuje přípravu vlastního

výzkumu venkovní reklamy ve městě Plzeň a v kapitole č. 6 je rozšířena o objasnění doporučených postupů od ESOMAR.

Návrh výzkumného šetření začíná relevantním popisem obyvatelstva Plzně. Vlastní design výzkumu je na s. 53 a 54, následuje popis lokality výzkumu, časového plánu atd.

Od s. 61 jsou zveřejněny výstupy velmi náročného mapování OOH reklamy ve zvolených lokalitách z vytvořením tzv. rodných listů jednotlivých prostředků. Jen část zmapování Sadů Pětatřicátníků se souhrnem na s. 87 a 88 je významnou studií pro pochopení současné OOH reklamy v ČR.

Následuje mapování přílehlých oblastí, ale především v kapitole 8.2.1 popis faktorů ovlivňujících viditelnost nosičů. Potom od s. 96 je druhá část výzkumu s příkladem výzkumu mobility ve vztahu k hodnocení OOH reklamy ve zvolené lokalitě. Tyto výstupy významně přispívají k pochopení efektivnosti OOH reklamy (viz s. 107).

Od s. 108 je závěr diplomové práce podán ve formě výzkumné zprávy, která nám prezentuje úroveň OOH reklamy ve městě Plzeň na reklamně významném místě v roce 2015. Ze zjištěných OTS jsou zde stanoveny ceny za 1 diváka, či na s. 118 je zpracovaná ceníková hodnota prostoru. Jsou to naprosto originální data. Podkapitola 9.6 potom otevřeně uvádí možná omezení výzkumu.

Velmi oceňuji jak teoretické zpracování práce, tak vlastní výzkum. Práce představuje ojedinělou studii, jež je využitelná v oblasti komerční komunikace.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Co zřejmě brání v ČR zavedení popisu prostředků OOH reklamy tak, jak je tomu v Německu?
Pokud budete realizovat OOH reklamu, o jaké místo a s jakým prostředkem budete usilovat?

V Plzni, dne 1. 5. 2015


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).