

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Bc. Radim Smiček
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Vnímání outdoor reklamy vybranými cílovými skupinami obyvatel České republiky

Hodnotitel – oponent: Ing. David Prantl, Ph.D.

Podnik – firma:

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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

Práce se zabývá vnímáním outdoor reklamy vybranými cílovými skupinami. V první části práce je představen marketingový mix. V kontextu práce mohla být kapitola kratší. Některé zde uvedené poznatky pro práci nejsou důležité. Stěžejní je kapitola 2 představující venkovní reklamu. U jednotlivých formátů by bylo vhodné zařadit obrazovou přílohu. Počet použitých zdrojů je odpovídající a uvedené poznatky jsou pro práci důležité. Do práce je dále zařazena teoretická kapitola Marketingový výzkum, která v práci působí nadbytečně. V praktické části je provedeno dotazníkové šetření a výzkum oční kamerou. Uvedené hypotézy nejsou příliš zdůvodněny (není jasné, proč autor zkoumá, jak pohlaví a věk ovlivňuje vnímání reklamy). Následně je proveden výzkum oční kamerou. Z práce není patrné, s jakým zadáním respondenti obrázky z kamery sledovali. Výsledky jsou vhodně a zajímavě představeny pomocí heatmap. Dále jsou testovány i dříve stanovené hypotézy. Jejich testování může být s ohledem na velmi malý vzorek respondentů zkrácené (vzorek pro muže je pouze 3). Na základě zjištěných poznatků jsou v práci formulována doporučení. Jedná se ovšem pouze o dva odstavce. Návrhů by s ohledem na rozsah předchozích analýz mohlo být o poznání více.



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

S jakým úkolem / informacemi respondenti během výzkumu oční kamerou sledovali dané obrázky?

S jakým záměrem bylo zkoumáno, jak pohlaví a věk ovlivňuje vnímání venkovní reklamy (pokud byste případně našel rozdíl, jak by se tato informace dala využít v praxi)?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele