

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Adéla Proboštová
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 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 zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená výzkumně zaměřená diplomová práce navazuje na výzkum OOH reklamy v centrální části města Plzeň, které byly realizovány cca před pěti lety. Jejím účelem bylo zmapovat současný stav a v komparaci i zachytit vývoj reklamy v důsledku zejména legislativních a technologických změn v době post-COVID. Autorka věnovala mapování OOH reklamy a průzkumu aktivit pasantů mnoho času, což je patrné z rozsahu práce, jejích příloh atd.

V první a druhé kapitole je zpracován teoretický úvod k venkovní reklamě s využitím relevantních zdrojů. Důležitou kapitolou ve vztahu k vlastnímu výzkumu je typologie venkovní reklamy od s. 20. Následuje i popis trendů a v kapitole 2.7 upozornění na legislativu a nově uplatňované manuály měst. Autorka stručně zmínila i vliv pandemie na OOH reklamu. Od s. 38 se práce již věnuje výzkumu v zaměření na OOH reklamu. Návrh výzkumného šetření je zpracován standardně, autorka si ale zvolila rozsáhlý prostor, viz s. 50, což se odrazilo i v rozsahu popisované reklamy. Pozornost věnovala i mapování pasantů. Na s. 55 jsou

představeny tři fáze výzkumu. Výstupy začínají mapováním reklamních ploch, viz např. souhrn na s. 61-62. Následuje mapování pasantů a určení viditelnosti reklamy dle směrů pohybu, viz i mobilita pěších na s. 80-81 a dále. Výzkumná zpráva je uvedena od s. 90 s hodnotami OTC od s. 98, následuje ceníková hodnota reklamy. Na s. 107 jsou uvedeny poznatky z komparace s předešlými výzkumy realizovanými na FEK, což představuje specifickou hodnotu pro experty v OOH reklamě. Práce obsahuje rozsáhlé relevantní přílohy.

Kvalitně zpracovanou, náročnou a rozsáhlou výzkumnou práci hodnotím výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Vaše práce je velmi rozsáhlá a obsahuje velké množství poznatků. Uvedete z oblasti OOH reklamy např. 2-3 zajímavé a pozitivní a podobně i negativní?

V Plzni, dne 2. 5. 2023

Podpis hodnotitele