

Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo

Posudek oponenta bakalářské práce

Katedra: Marketing a management
Autor práce: Monika Havelková
Název práce: Návrh nové reklamní kampaně hotelu Prestige ve Znojmě
Oponent práce: Mgr. Vladimíra Černá

Celkový počet dosažených bodů: 71

Součet bodů v položkách 5, 9, 10: 26

Připomínky k práci:

- Práce má logický postup
- V teoretické části autorka prokázala znalost dané problematiky, kterou využila při praktické části
- Práce je graficky hezky zpracována, bez gramatických chyb
- Praktická část je kvalitně a důkladně zpracována včetně ekonomické rozvahy
- Největší přínos má práce v částečné realizaci v praxi

Otázky k obhajobě:

1. Výhoda reklamy v tisku oproti ostatním reklamním nástrojům.
2. Která část nové reklamní kampaně byla již realizována a tím vedla ke zvýšení obrátu v oblasti konferenčních a wellness služeb.

Závěrečné stanovisko:

Bakalářskou práci doporučuji ~~-nedoporučuji k obhajobě-~~

Datum 25.5. 2011

Podpis Mgr. Vladimíra Černá

Hodnocení práce podle dílčích bodových kritérií* :

1.	Formulace cíle práce 0 - cíl není formulován 3 - obecná formulace resp. nekoresponduje zjevně s názvem práce 5 - přesná, srozumitelná formulace	5
2.	Vztah cíle, struktury práce a obsahu 0 - struktura práce, cíl a obsah se rozchází 3 - struktura umožňuje dosažení cíle a obsah tomu odpovídá 5 - struktura umožnila naplnění cíle a obsah s cílem plně koresponduje	5
3.	Kvalita teoretického úvodu práce 0 - práce nemá teoretickou úvodní část, 3 - teoretický úvod vypsán ze standardního učebnicového textu 7 - teoretický úvod s využitím odborné literatury 10 - s využitím odborné literatury je vypracován ve vazbě na obsah a cíl práce	10
4.	Náročnost zpracování tématu na praktické a aplikační znalosti 0 - téma nevyžadovalo poznatky nad rámec základních učebnicových výkladů 3 - zpracování vyžadovalo studium širších souvislostí praxe pro aplikaci, 5 - aplikace provedena přiměřeně na základě praktických znalostí	5
5.	Práce s literaturou 1 - využita pouze předepsaná literatura, bez přímých citací, slabý poznámkový aparát do 10 poznámek 3 - poznámkový aparát odráží využití širších zdrojů, počet přímých citací do 3 6 - poznámkový aparát (více než 15) a přímé citace přiměřené (alespoň 5), ale bez využití širších zdrojů 10 - přiměřenost citací, poznámkového aparátu, zdroje obsahují širší než předepsaný seznam včetně zřejmého využití časopisecké literatury	6
6.	Formální náležitosti a úprava práce 1 - základní struktura práce je utříděna, ale práce neobsahuje některou část = úvod, závěr, seznam použité literatury, eventuelně vysoký výskyt překlepů atd. 3 - práce má všechny náležitosti, ale větší množství překlepů, méně kvalitní grafická úprava 5 - bez formálních závad	5
7.	Jazyková úroveň a srozumitelnost textu 1 - text není čtivý, obsahuje méně srozumitelné pasáže 3 - text je srozumitelný, ale pracuje s neadekvátním odborným pojmoslovím, nebo je nahrazováno 5 - kvalitní jazyková úroveň celého textu a srozumitelnost výkladu	5
8.	Adekvátnost závěrů ve vztahu k cíli 2 - závěry v obecné rovině 5 - závěry jsou odvozeny z obsahu, ale nedostatečně argumentovány, event. nemají zřejmou vazbu k formulaci sledovaného cíle práce 10 - závěry souvisí s cílem a jsou vyargumentovány	10
9.	Naplnění cíle práce 0 - práce obsahově nenaplnuje cíl 5 - částečné naplnění cíle 10 - stanovený cíl splněn ve všech souvislostech	10
10.	Vlastní přínos autora 0 - vlastní vklad do zpracování není možno identifikovat 5 - vklad je identifikovatelný 10 - řešení je originální a korektní - obsahově, přístupem. V případě přidělení 5 či 10 bodů zde uvede hodnotitel odkazy na konkrétní pasáže práce, ve kterých je osobní vklad zřejmý: 4.2. VÝHODY A NEVÝHODY STÁVANICÍ REKLAMY 4.3. SWOT ANALÝZA 4.5. CELKOVÝ NÁVRH REKLAMNÍ KAMPANĚ VČETNĚ PODROBNĚ ROZEPŘANĚHO EKONOMICKÉHO UYĚSLENÍ	10
	Celkový počet bodů (max 75 bodů):	71

* přidělují se body pouze z nabídnutých možností