



## POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** *Jakub Hodina*

**Název práce:** **EVENT MARKETING FESTIVALOVÉHO PROJEKTU DRUM „N“  
HUSS**

**Autor posudku:** doc. Ing. Marcela Sokolová, Ph.D.

**Cíl práce:** Cílem bakalářské práce je najít vhodné marketingové a komunikační nástroje do dalších ročníků projektu po analýze prvního ročníku.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce v rámci kontroly anti-plagiátorským systémem nevykazuje žádné nedostatky (celková podobnost: 3%).

### Díličí připomínky a náměty:

Je škoda, že autor práce zcela nevyužil své zkušenosti a potenciál, který mu dané téma nabízelo. Časové možnosti autora práce nedovolily danou práci, především v její aplikační části, více rozpracovat. Teoretická část v dostatečné míře vymezuje hlavní pojmy daného tématu. V aplikační části měla být provedena hlubší analýza. Na základě zjištění autor předložil event marketingovou strategii. Tato strategie mohla být také podrobněji

rozpracována – od započetí kampaně až po její vyhodnocení. Účinností navržených nástrojů se autor hlouběji nezabýval. Nedostatek času se bohužel negativně projevil i na formální stránce práce (gramatické chyby, formát textu apod.).

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Předmětná bakalářská práce má za cíl zodpovědět výzkumnou otázku – „Jaké marketingové a komunikační nástroje jsou nejúčinnější pro vytvoření nové event marketingové strategie.“

Práce se skládá ze dvou stěžejních částí. První část se věnuje teoretickému vymezení základních pojmů z oblasti marketingu, podrobněji je rozebrána problematika event marketingu. V aplikační části je analyzován první ročník festivalu. Výsledky zmíněné analýzy jsou využity k návrhům na zlepšení managementu a zejména event marketingu zkoumané akce.

I přes zmíněné nedostatky práce splňuje svým rozsahem i obsahem požadavky kladené na bakalářskou práci, je napsána v souladu s Metodickými pokyny pro vypracování bakalářských a diplomových prací (Výnos č. 1/2000, upravené znění ze dne 12. 1. 2011), neshledávám zde závažnější nedostatky.

Vytyčený cíl byl naplněn.

### **Otázky k obhajobě:**

- 1) Jak je možné měřit účinnost marketingových nástrojů?
- 2) Jaká jsou hlavní rizika navržené marketingové strategie?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C**

**V Hradci Králové, dne 15. května 2019**

---

**podpis**