

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Spokojenost čtenářů magazínu DreamLife / Readers' satisfaction in The DreamLife magazine

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Preislerová Iva

Vedoucí práce: Ing. Peter Matisko, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Studentka Iva Preislerová zpracovala praktickou bakalářskou práci zaměřenou na zlepšení kvality magazínu DreamLife. Problém je zkoumán z několika pohledů pomocí dat z Google Analytics a dotazníku. Závěry práce vychází ze získaných dat a poskytují několik důležitých doporučení pro zlepšení časopisu a zvýšení čtenosti. Mezi výsledky patří manuál pro redaktory a marketingové osoby. * Práce neobsahuje zásadní stylistické ani obsahové chyby. Hodnotím ji pozitivně a doporučuji k obhajobě. Spolupráce se studentkou byla aktivní, výsledky jsme pravidelně konzultovali.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak hodnotíte magazín DreamLife v porovnání s konkurencí? Má zásadní nedostatky nebo výrazné přednosti oproti hlavním konkurentům? Popište.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Popište hlavní charakteristiky marketingových osob a jaká marketingová komunikace by mohla dané osoby přilákat ke čtení. Navrhněte například styl komunikace, témata a podobně. Jak byste takové rozdílné kampaně realizovala v praxi?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 25.09.2021

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz