

## Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	<b>Bc. Helena Lapuníková</b>
Studijní program	<b>Mediální a komunikační studia</b>
Obor studia/ateliér	<b>Marketingové komunikace</b>
Forma studia	<b>prezenční</b>
Akademický rok	<b>2009/2010</b>
Název práce	<b>Role of corporate image in a communication strategy of an organization (Factor that influence perception of image by its stakeholders)</b>
Vedoucí/oponent práce	<b>Mgr. Ing. Olga Jurášková, PhD./ PhDr. Pavla Kotyzová</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	<b>b</b>
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	<b>a</b>
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	<b>a</b>
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	<b>a</b>
7 Metodologická kvalita postupu	20	<b>a</b>
8 Struktura a logika textu	25	<b>a</b>
9 Úroveň teoretické části práce	25	<b>b</b>
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	<b>a</b>
11 Práce se zdroji v textu	25	<b>a</b>
12 Úroveň analytické části práce	25	<b>b</b>
13 Úroveň projektové části práce	25	<b>a</b>
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	<b>a</b>
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	<b>a</b>
16 Jazyková úroveň práce	10	<b>a</b>
17 Formální úroveň práce	10	<b>a</b>
<b>Celkové hodnocení</b>	<b>1,18</b>	<b>A</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

V diplomové práci studentka směřuje k návrhu komunikační strategie restauračního zařízení v Londýně. V teoretické části předkládá výklad pojmů, vztahujících se k problematice corporate identity a image, postrádám shrnutí, doplnění vlastním názorem. V praktické části autorka analyzuje faktory, které na image restaurace působí a realizuje výzkumnou sondu, prostřednictvím dotazníku a focus group (jen čtyři respondenti). Získané poznatky interpretuje a na jejich základu staví kvalitní komunikační strategii, která obsahuje nejen zásady a doporučení, ale i časový a finanční plán a způsob vyhodnocení.

### Otázky k obhajobě:

- 1) Jak byste formulovala zadání pro profesionálního grafika k vytvoření vizuálního stylu?
- 2) Popište výběr respondentů pro focus group. Analyzujte příčiny malého zájmu.

3) Jakými prostředky byste zajistila větší účast respondentů ve focus group?

Ve Zlíně dne 2. 5. 2010

.....  
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01