

Tereza Brejchová (437768) I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Role sponzoringu firem a vliv na image značky
Jméno autora:	Tereza Brejchová (437768)
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<p>Autorka závěrečné práce předkládá k obhajobě práci věnovanou problematice sponzoringu a jeho vlivu na image znaky. Práce má za cíl analýzu vlivu a účinnosti sponzoringu na image zkoumaných značek. Přínos bakalářské práce spočívá v porovnání současného stavu sponzoringu, a jeho pozice v komunikačním mixu vybrané společnosti. Na základně marketingového průzkumu práce obsahuje návrh změn pro efektivnější využití prostředků vkládaných do sponzoringu. Vybranou firmou je společnost T-Mobile Czech Republic, a. s. a Slovak Telekom, a. s. a její značky. Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části náročnější. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít a analyzovat interní informace analyzované firmy a zkušenosti z praxe.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem. Práce zprostředkovává komplexní pohled na využití sponzoringu a aktuální podobu brand managementu. Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou. Autorku lze pochválit za zařazení praktických informací. Autorka má se zpracovávaným tématem osobní zkušenost, což se pozitivně odráží v celé závěrečné práci.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<p>Autorka plnila harmonogram konzultací, chodila na ně připravena s průběžně zpracovanými texty. Autorka přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila.</p>	

Odborná úroveň	A - výborně
<p>Autorka zná dobře prostředí, v němž byla závěrečná práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autorka práci rozčlenila na teoretickou a aplikační část. V teoretické části vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části pak navrhuje opatření a změny pro efektivnější využití prostředků vkládaných do sponzoringu.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<p>Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně

Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorku lze pochválit za využití cizojazyčné literatury a citační korektnost v rámci teoretické části práce. Lze konstatovat, že výběr zdrojů a korektnosti citací je v souladu s metodikou. Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.

Další komentáře a hodnocení

Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem a je velmi dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast. Hlavním přínosem práce je komplexní teoretické i praktické zpracování velmi aktuálního tématu.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Otázka k obhajobě:

1/ V práci uvádíte: „V praktické části se během dotazování respondentů ukázalo, že sponzoring může být velmi rizikový a je proto důležité, aby si firmy vhodně a pečlivě vybírali projekty a osoby, se kterými chtějí spojit své značky“. Okomentujte hlavní rizika.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 3.6.2018

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.