

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	Event marketingová strategie vybraného podniku
<b>Jméno autora:</b>	Klára Havelková (437507)
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
<b>Pracoviště vedoucího práce:</b>	Oddělení manažerských studií (MÚVS)

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
Závěrečná práce se zabývá oblastí event marketingu a cílem práce je: „navržení event marketingové strategie pro vybranou společnost“. V teoretické části jsou vymezeny základní charakteristiky komunikačního mixu a event marketingu, proces plánování event marketingové strategie a principy tvorby eventu. Autorka práce dále navrhuje event-marketingovou strategii. Vymezení problému a formulace cíle závěrečné práce odpovídá požadované úrovni. Lze konstatovat, že zadání práce je průměrně náročné.	
<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou.	
<b>Aktivita a samostatnost při zpracování práce</b>	<b>A - výborně</b>
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.	
<b>Odborná úroveň</b>	<b>B - velmi dobře</b>
V úvodní části práce je použita metoda deskripce i analýzy, jsou zde vysvětleny základní pojmy event marketingu a managementu. V závěrečné práci je definován event marketingový projekt jako součást komunikačního mixu. Analýza je na standardní úrovni a autorka zná dobře zkoumané prostředí. Závěrem jsou formulována doporučení, která byla zjištěna během celého výzkumu. Práce má logickou stavbu.	
<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>A - výborně</b>
Formální a jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci dané úrovně. Rozsah práce je odpovídající.	
<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>A - výborně</b>
Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorka využila standardní počet zdrojů. Silou stránkou práce je precizní citační korektnost, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami. Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a celková shoda práce pod 5 %. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.	

Další komentáře a hodnocení

### III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje teoretickou i aplikační část práce za standardní a prakticky orientovanou.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Představte odlišnosti komunikačního mixu v souvislosti s vybranou společností.
- 2/ Jak event. marketing zapadá do současného komunikačního konceptu. Jaké jsou hlavní přínosy Vaší závěrečné práce pro analyzovanou společnost.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře.**

Datum: 3.9.2019

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.