

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Event marketingová strategie uvedení nového výrobku na trh
Jméno autora:	Daniel Palma (424197)
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
Autor předkládá k obhajobě diplomovou práci věnovanou problematice event marketingu a uvedení nového výrobku na trh. Autor se dané problematice věnuje v praxi a lze konstatovat, že se zabývá aktuální tematikou. Diplomová práce má jasně vymezený cíl práce: "Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení již proběhlého event sportovní značky Adidas při zavedení nového produktu na trh a následně navržení nového eventu". Autor hodnotí současný stav event marketingové strategie, posuzuje okolní vlivy a trendy a navrhuje novou event marketingovou strategii pro následující období. Závěrečná práce má teoretický základ obohacený praktickým přesahem.	
Splnění zadání	splněno s menšími výhradami
Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny. Jako vedoucí mohu konstatovat, že text vykazuje snahu proniknout do tématu, jak po stránce teoretické, tak praktické. Provedené analýzy včetně nereprezentativní marketingové sondy a kalkulace jsou na průměrné úrovni. Naopak nastavení nového eventu je korektní. Autorovi lze vytknout jednoduché komentáře.	
Aktivita a samostatnost při zpracování práce	B - velmi dobře
Autor plnil harmonogram konzultací a přistupoval ke zpracování zadané problematiky samostatně. Veškeré připomínky vedoucí práce vždy zpracoval, i když mu lze vytknout časový press, který se v závěru práce projevil.	
Odborná úroveň	C - dobře
Pozitivně hodnotím teoretickou část práce založenou na relevantních knižních zdrojích a korektní citační technice. Analýzy pak považuji za průměrnou a vlastní komentáře autora spíše za podprůměrné. Práce má logickou stavbu. Analýza je průměrně zdařilá, autor zná dobře agenturní prostředí a byl účasten vlastního původního eventu.	
Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	D - uspokojivě
Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na diplomovou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je slabou stránkou předkládané závěrečné práce.	
Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autor využil standardní počet zdrojů. Silou stránkou práce je citační korektnost v rámci teoretické části práce, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami. Diplomová práce byla	

kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a s veškerými zdroji je shoda práce pod 5%. Veškeré přímé citace autor řádně citoval.

Další komentáře a hodnocení

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje diplomovou práci za průměrnou. Slabou stránkou je gramatická stránka práce. V praktické části práce jsou nedostatky. Autorovi lze vytknout nepropracované analýzy.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Otázky k obhajobě:

1. Okomentujte obrázek č.9 na straně 24 – tj. novodobý komunikační mix, který jste v souvislosti s pohledem na event marketing zpracoval.
2. Na základě jakého klíče jste vybíral influencery pro následující eventovou kampaň?

Datum: 29.8.2018

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.