Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Dopady publicity na PR vybraných dotačních programů z fondů Evropské unie

Autor diplomové práce:

Bc. Michal Torhan

Cíl diplomové práce:

Cílem diplomové práce je analýza dopadů publicity na vztahy s veřejností u Operačního programu Podnikání a inovace v letech 2007 až 2009 a potvrzení základní hypotézy: Publicita realizovaná v rámci OPPI příliš neovlivňuje skutečné počty žadatelů o dotaci. Je cílená příliš široce a ani následné studie a evaluace nezkoumají, kolik subjektů, které podaly žádost o dotaci, tak učinily na základě publicity, a jak jim k podání žádosti publicita pomohla.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Náročnost tématu na znalosti	10
3. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s literaturou, citace	8
6. Logická stavba a členění práce	8
7. Jazyková a terminologická úroveň	8
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos studenta	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**92**
Výsledná známka	***výborně (1)***

Celkové zhodnocení, doplňující otázky či poznámky:

Student předložil k posouzení diplomovou práci vypracovanou v širokém rozsahu dané problematiky. Prokázal praktické vědomosti, které potvrzují jeho odborné znalosti tématiky získané dvou letou praxí v poradenské společnosti. Vlastní výzkum je hodnocen velmi pozitivně a má dopad na analýzu daného problému. Vytknout lze pouze absenci zahraniční literatury vztahující se k tématu práce. Jazyková a terminologická úroveň dobrá. Pro potvrzení cílů této DP bylo nutné projít jednotlivé dotační období a analyzovat rok po roku výsledky dopadů publicity na PR, což vysvětluje kvantitativní rozsah práce. Využitelnost této diplomové práce v praxi - velmi dobrý předpoklad využití pro poradenské společnosti zabývající se dotačními programy, PR společnosti a případně marketingové společnosti. Celkově hodnotím diplomovou práci velmi kladně a pokud je mi známo na toto téma nebyla podobná práce publikována. Pro obhajobu diplomové práce navrhuji následující otázky: Říkáte, ze propagace programů nemá v současnosti velký vliv na celkový počet žádosti. Jaký je váš názor na budoucnost propagace dotačních programů? Kolik dle Vašeho názoru působí na našem trhu poradenských společností zabývající se dotacemi? V jakých konkrétních odborných časopisech se inzerce objevuje? Jaké z uvedených jiných zdrojů informovanosti využívá společnost, ve které pracujete?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. Tomáš Varga

Pracoviště oponenta diplomové práce:

ZenithOptimedia Prague s.r.o.

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.

11. ledna 2010

podpis oponenta diplomové práce

Komentář k diplomové práci Bc. Michala Torhana

Student předložil k posouzení diplomovou práci vypracovanou v širokém rozsahu dané problematiky. Prokázal praktické vědomosti, které potvrzují jeho odborné znalosti tématiky získané dvou letou praxí v poradenské společnosti. Vlastní výzkum je hodnocen velmi pozitivně a má dopad na analýzu daného problému. Vytknout lze pouze absenci zahraniční literatury vztahující se k tématu práce. Jazyková a terminologická úroveň dobrá. Pro potvrzení cílů této DP bylo nutné projít jednotlivé dotační období a analyzovat rok po roku výsledky dopadů publicity na PR, což vysvětluje kvantitativní rozsah práce. Využitelnost této diplomové práce v praxi - velmi dobrý předpoklad využití pro poradenské společnosti zabývající se dotačními programy, PR společnosti a případně marketingové společnosti. Celkově hodnotím diplomovou práci velmi kladně a pokud je mi známo na toto téma nebyla podobná práce publikována.

Pro obhajobu diplomové práce navrhuji následující otázky:

Říkáte, ze propagace programů nemá v současnosti velký vliv na celkový počet žádosti. Jaký je váš názor na budoucnost propagace dotačních programů?

Kolik dle Vašeho názoru působí na našem trhu poradenských společností zabývající se dotacemi?

V jakých konkrétních odborných časopisech se inzerce objevuje?

Jaké z uvedených jiných zdrojů informovanosti využívá společnost, ve které pracujete?

V Praze 11. 1. 2011

Varga Tomáš

Ing. Tomáš Varga