



Posudek vedoucího bakalářské práce

Katedra: řízení

Student: Zuzana NOVÁKOVÁ

Studijní obor: Účetnictví a finanční řízení podniku

Název bakalářské práce: Reklama ve vybrané firmě

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Bunešová Marie, Ph.D.

Hodnocení práce:

Formulace cílů práce: (1) cíle byly velmi vhodně formulovány

Metodika zpracování: (2) vhodně zvolena a formulována

Práce s daty a informacemi: (2) použitá data aktuální, práce s informacemi dostatečná vzhledem k tématu

Celkový postup řešení: (2) postup řešení správný, některé kroky neadekvátní

Teoretické zázemí autora: (1) autor významné autory citoval a zná teorii dané problematiky

Práce s odbornou literaturou (citace, norma): (3) autor dodržel citační normu, dopustil se více chyb

Komentář: Citování zdroje např.: Pod tabulkou (schéma, obrázek) není uveden podle normy str.20,25.

Přiřadila autorství Horákové Ivety, Bunešové Marii - Schéma rozvržení reklamní kampaně v krátkém časovém období. str. 25

Úroveň jazykového zpracování: (2) práce je jazykově zpracována na standardní úrovni

Komentář: Není vhodné používat některá slova např.: Zákazník narazil na firmu... str.50 Firma má 10 dní v kuse inzerát... str.25 apod.

Přesnost formulací a práce s odborným jazykem: (2) autor má dostatečný pojmový aparát

Formální zpracování - celkový dojem: (2) práce je formálně v pořádku, celkový dojem je dobrý

Splnění cílů práce: (3) cíle práce byly splněny, některé dílčí cíle byly opomenuty

Komentář: Není zohledněno ekonomické hledisko pro vhodnější využití stávající reklamy, popř. u návrhů

Formulace závěrů práce: (2) závěry jsou správně formulovány a jsou významné pro další využití

Odborný přínos práce a její praktické využití: (2) práce je po odborné a praktické stránce dobře využitelná

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: velmi dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Jaký je rozdíl mezi reklamním materiálem a reklamním prostředkem?

Otázka 2: Jak byste z ekonomického hlediska zhodnotila vhodnější využití stávající reklamy a jaké změny byste doporučila ve výběru reklamních prostředků a médiích?

Datum: 05. 05. 2009



Podpis vedoucího bakalářské práce: