

Otázka 2: V návrhu kroků k vyhodnocení reklamní kampaně doporučujete firmě využít dotazník. Popište stručně podobu dotazníku a jeho praktické využití.



*Datum:* 10. 05. 2011

*Podpis oponenta diplomové práce:*



## Posudek oponent a diplomové práce

**Katedra:** Ekonomická

**Student:** Nováková Zuzana

**Studijní obor:** Účetnictví a finanční řízení podniku

**Název diplomové práce:** Reklamní kampaň pro vybranou firmu

**Oponent diplomové práce:** Ing. Michal Pasák

**Povolání oponenta:** Specialista Controllingu

### Hodnocení práce:

**Volba tématu práce a její význam:** (1) vysoce aktuální a významné téma

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

**Metodika zpracování:** (2) vhodně zvolena a formulována

**Práce s daty a informacemi:** (1) použitá data aktuální, informace relevantní a správně zpracované

**Celkový postup řešení:** (1) postup řešení naprosto správný

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

**Práce s odbornou literaturou (citace, norma):** (1) autor dodržel naprosto správně citační normu

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

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

**Formální zpracování - celkový dojem:** (1) práce je formálně naprosto v pořádku, celkový dojem je výborný

**Splnění cílů práce:** (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

**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:** výborně

**Doporučuji práci k obhajobě:** ANO

### Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Vyhodnocení telemarketingové kampaně vyšlo kladně ve všech variantách. Jak často si myslíte, že lze tuto kampaň realizovat?