

Posudek oponenta bakalářské práce

Autor práce (jméno a příjmení)	David BABKA
Název práce	Hodnocení reklamní kampaně
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	PAVEZOVÁ Iveta, Ing. Ph.D.

Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu **50 %**
2. Logická struktura práce **75 %**
3. Naplnění cíle práce **50 %**
4. Metodologický postup **50 %**
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu **50 %**
6. Praktický přínos práce **50 %**
7. Práce s literaturou **75 %**
8. Formální stránka **100 %**

Závěr

Výsledek: **60.0** bodů

Hodnocení práce známkou: **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Cíl práce byl formulován takto: "Na základě hodnocení reklamy vybraného podniku navrhnout změny a doporučení pro další reklamní kampaně tohoto podniku." V rámci teoretické části práce je stručně přiblížen systém hodnocení reklamy, ten nebyl následován. V podstatě šlo pouze o zhodnocení pocitu z vybraného reklamního spotu. Nebyl měřen efekt reklamní kampaně, ta je mnohem širší než samotný reklamní spot. Výsledky provedeného výzkumu navíc nebyly přímo podkladem pro vlastní návrhy. Ty se týkají dalších forem reklamy, které mohou být doplněním reklamní kampaně, ta ale v práci popisována není.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Pokuste se zhodnotit, jaký by byl přínos vámi navrhovaných forem reklamy pro značku takové známosti mezi českými spotřebiteli. Opravdu nebyla žádná z těchto forem již využita v rámci reklamní kampaně této společnosti?

Datum: 02.05.2014

Podpis oponenta bakalářské
práce