



Katedra: OBCHODU

Student: LUCIE KOTEJLOVA

Studijní obor: OBCHODNÍ PODNIKÁNÍ

Název bakalářské práce: ANALÝZA PROPAGAČNÍCH PROSTŘEDKŮ VE FIRNĚ

Oponent bakalářské práce: ING. LENKA CHRASTOVÁ

Hodnocení práce:

**hodnocení 1 = nejlepší, 5 = nejhorší
pokud je hodnocení 3 – 5, nutno odůvodnit
písemným komentářem**

	1	2	3	4	5
Volba tématu práce a její význam	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formulace cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metodika zpracování	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s daty a informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Celkový postup řešení	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teoretické zázemí autora	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s odbornou literaturou (citace, norma)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Úroveň jazykového zpracování	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální zpracování – celkový dojem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rozsah a význam závěrů práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Odborný přínos práce a její praktické využití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Celkové hodnocení práce známkou 1 - 4	1	2	3	4	
	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

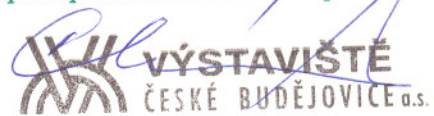
Otázky k obhajobě

1. Který propagační prostředek je pro firmu nejúčinnější a proč? Naopak, který z propagačních prostředků je nejméně měřitelný?
2. Jakou roli mají segmentace potenciálních zákazníků při tvorbě a realizaci propagačních kampaní a image firmy?

Další připomínky, vyjádření a náměty k obhajobě práce resp. k jejímu dalšímu využití:

Datum: 10. 5. 2006

Podpis oponenta bakalářské práce:



Husova 523, 370 21 České Budějovice
IČ: 60827475, DIČ: CZ60827475
č. ú.: 3561196/0300