



Katedra: KUF

Student: Bc. Lucie Zelenková

Studijní obor: ÚFŘP

Název diplomové práce: Reklama jako součást podpory prodeje, účetní a daňové souvislosti

Oponent diplomové práce: Ing. Alena Zmrhalová, Ph.D.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metodika zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s daty a informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Celkový postup řešení	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teoretické zázemí autora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s odbornou literaturou (citace, norma)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Úroveň jazykového zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Přesnost formulací a práce s odborným jazykem

Formální zpracování – celkový dojem

Splnění cílů práce

Rozsah a význam závěrů práce a jejich formulace

Odborný přínos práce a její praktické využití

Celkové hodnocení práce známkou 1 - 4

1	2	3	4
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Otázky k obhajobě

1. V kapitole 10.1. je uvedeno, že nelze tvořit rezervy v oblasti propagace s odkazem na § 16 odstavec 4 zákona č.563/1991 Sb., o účetnictví. Domnívám se, že pokud zákon uvádí slovo „zejména“, tak účetní jednotky neomezuje v tvorbě rezerv na jiné (v zákoně neuvedené) účely. Jaké důvody by mohla mít účetní jednotka pro tvorbu rezervy na reklamu, resp. za jakých okolností by byla tvorba rezervy na reklamu vhodným řešením ?

2.

Na str. 43 je uvedeno, že při vzniku závazku dochází k přepočtu kurzem platným v den vzniku účetního případu. Může účetní jednotka provádět tento přepočet (přepočet měny cizí na měnu českou) také tzv. kurzem pevným ? Vysvětlete.

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

Diplomová práce je zpracována kvalitně a v souladu se zadáním práce. Téma je aktuální a vhodné vzhledem k možnému využití v podnikatelské praxi. Studentka prokázala schopnost pracovat s informačními zdroji a aplikovat znalosti získané studiem do odpovídajících závěrů. Cíl práce byl splněn, proto doporučuji práci k obhajobě s hodnocením – výborně.

Datum:

19.5.2006

Podpis oponenta diplomové práce: