

Posudek oponenta bakalářské práce

Autor práce (jméno a příjmení)	Klára PAVLÍKOVÁ
Název práce	Hodnocení reklamního sdělení
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Broučková Iveta, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing. Hana Volfová

Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

Poznámka: Téma je zvoleno velmi vhodně, je atraktivní z hlediska využití nejen přímo pro řešenou organizaci, ale i z hlediska aktuálních trendů v komunikaci se zvolenou věkovou skupinou.

2. Logická struktura práce 1.0

Poznámka: Práce je strukturována v pořádku, bez větších nejasností.

3. Naplnění cíle práce 1.0

Poznámka: Cíl práce je vhodně zvolen a v průběhu práce naplněn, a to včetně všech dílčích cílů.

4. Metodický postup 1.5

Poznámka: Kvantitativní výzkum je v práci zvládnut nadprůměrně, bylo by však vhodné věnovat trochu více pozornosti i provedenému výzkumu kvalitativnímu, například ve formě konkrétnějšího shrnutí poznatků o komunikaci organizace.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.5

Poznámka: Literární přehled je zpracován v zásadě dostatečně, všechny důležité pojmy jsou charakterizovány.

6. Praktický přínos práce 1.5

Poznámka: Navržené změny jsou logické, mají jasnou návaznost na provedený výzkum. Velmi oceňuji základní ekonomické hodnocení realizovatelnosti. Vlastní návrh plakátu je pro mne ovšem poměrně nepřehledný a nevedl by k upoutání mé pozornosti.

7. Práce s literaturou 2.0

Poznámka: V práci jsou zmíněny poznatky hlavních autorů v této problematice, do závěrečné bibliografie by bylo lepší uvádět pouze ty autory, jenž byli v práci skutečně citováni.

8. Formální stránka 1.5

Poznámka: V práci se vyskytují malé stylistické chyby, vyjadřování, styl i formátování jsou však velmi dobré.

Závěr

Hodnocení práce známkou: **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Celkově je práce vypracována na výborné úrovni, je proto možné ji doporučit k obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Jaké další faktory (kromě marketingové komunikace organizace) podle Vašeho názoru zásadně ovlivňují rozhodnutí studenta o podání, či nepodání přihlášky?

Jaké další možnosti marketingové komunikace by mohla organizace zvolit, aby byl jejich zásah v dané věkové skupině vyšší?

Datum: 05.05.2017

Podpis oponenta bakalářské práce