



## POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Vojtěch Šimák  
**Název práce:** Psychologie reklamy balených minerálních vod  
**Autor posudku:** prof. PhDr. Marek Franěk, CSc., Ph.D.  
**Cíl práce:** Cílem je analyzovat trh s balenou minerální vodou a vyhodnotit vliv reklamy a dalších marketingových nástrojů na spotřebitele.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce je původní

### Dílní připomínky a náměty:

### Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce obsahuje obsáhlou teoretickou část zabývající se reklamou a jejím působením na spotřebitele. Dále jsou pak popsány specifika televizní reklamy, jejímž vlivem se zabývá praktická část. Praktická část je obsáhlá, zahrnuje kvantitativní i kvalitativní část výzkumu, zjištění z obou částí výzkumu jsou pak dostatečným způsobem analyzovány v závěrečné části práce. Předkládaná práce jak svým rozsahem i obsahem přesahuje běžné bakalářské práce předkládané na této fakultě.

### Otázky k obhajobě:

Z textu práce není zcela jasné, jakým způsobem byly distribuovány respondentům tištěné dotazníky.

### Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradci Králové, dne 27. prosince 2022



---

podpis