



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Bachtíková Lucie

**Název práce:** Analýza reklamního sdělení

**Autor posudku:** Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph.D.

**Cíl práce:** Zjistit, zda má firma Tectex sport Hostinné efektivní reklamní sdělení pro zákazníky, analyzovat současnou reklamu firmy a případně navrhnout jiné řešení.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	1	2	3	4
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Náročnost práce na teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Náročnost práce na praktické dovednosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Dílčí připomínky a náměty:

Hlavní výtka, kterou lze mít k práci studentky je nepřehlednost textu vlastní práce. Zatímco se v teorii i praxi věnuje tomu, jak by měly vhodným způsobem vypadat webové stránky firmy, aby byly pro zákazníky zajímavé a poutavé, na úroveň zpracování vlastní závěrečné práce studentka nedbala v podstatě vůbec. Pro praktickou část studentka provedla rovněž dotazování. První představovalo soubor otázek na tvůrce billboardů. To je použitelné jako zdroj informací, ale o propagačním efektu těchto billboardů na zákazníky to studentce nic neřekne. Druhé dotazování na webové stránky je naprosto nedostatečné s ohledem na velmi nízký počet respondentů. Závěry dotazování jsou tak jakékoliv další hodnocení nepoužitelné. I samotný dotazník určený pro tuto část neodpovídá současnému pojetí dotazování, je nepřehledný, plný emotikonů. Přínosnost takového dotazování pro marketingový výzkum i při dostatečném rozsahu souboru respondentů by byla velmi omezená.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

V teoretické části práce studentka zpracovala východiska pro následnou aplikaci v praktické části. Významně se v teorii věnuje vizuální stránce reklamy a vhodnému obsahu webových stránek. V praktické části provádí především vlastní analýzy jak billboardů, tak webových stránek. Tyto části jsou pro práci přínosné a studentka předkládá skutečně relevantní zjištění. Naproti tomu je přínosnost provedeného dotazování v podstatě nulová. Studentkou navrhovaná řešení by mohla být ku prospěchu efektivitě reklamních sdělení firmy. Zároveň z části svých doporučení měla poučit i sama studentka a přistoupit lépe k celkové úpravě své práce. Cíl práce studentka ovšem naplnila.

### **Práci doporučuji k obhajobě.**

#### **Otázky pro diskusi:**

1. Jaké hlavní nedostatky posuzovaných reklamních nástrojů vedou k jejich snížené efektivitě?
2. Která z navrhovaných opatření považujete za nezbytná k realizaci a z jakých důvodů?

**Navržená výsledná známka: velmi dobře**

**V** Hradci Králové, **dne** 26. srpna 2015

---

**podpis**