



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Chaloupská Renata

Název práce: Průběh a účinnost reklamní kampaně z psychologického hlediska

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

Cíl práce: Zjištění účinnosti současné reklamní kampaně mažoretek Stella, její zhodnocení a doporučení pro budoucí vývoj marketingové kampaně.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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:

V teoretické části je možné vnímat určitou disproporci mezi charakterizováním klasických forem propagace a těch moderních. Moderním, ač jsou v rozvojové fázi a jejich obliba na rozdíl od klasických roste, se autorka věnuje výrazně méně, než oněm klasickým. Přitom pro praktickou aplikaci jsou právě ty nastupující, moderní trendy výrazně vhodnější. Pojetí celé teorie je velmi všeobecné a není zaměřeno na specifika praktické aplikace, která by umožňovala detailnější zpracování skutečně relevantních částí teorie.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

V teoretické části práce studentka zpracovala v širokém záběru východiska pro dané téma. Tato východiska představují v již klasické názorové proudy a poznatky, bez toho aby autorka věnovala pozornost i moderním trendům. Praktickou část představuje především popisná

část věnující se aktivitám sportovního klubu mažoretek a způsobů, jakými propagují svoji činnost. V rámci praktické části zrealizovala studentka i dotazování mezi rodiči členů klubu mažoretek. V závěru je významná pozornost věnována reklamní kampani na sociální síti, kterou vytvořila studentka. Z praktické části se ovšem postupně vytratil psychologický aspekt i hodnocení účinnosti reklamy. Návrh reklamní kampaně vytvořený studentkou je ovšem možné hodnotit jako pozitivní a úspěšný v porovnání s předchozími výsledky. Cíl práce studentka naplnila.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

1. Jaké prvky a jaké informace by měly obsahovat propagační materiály sportovního klubu?
2. Jaké další nástroje propagace byste doporučovala ve vztahu k cílové skupině ještě využívat?

Navržená výsledná známka: velmi dobře

V Hradci Králové, dne 26. srpna 2015

podpis