



## POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Šauerová Kateřina

**Název práce:** Průběh a účinnost reklamní kampaně z psychologického hlediska

**Autor posudku:** PhDr. Věra Strnadová

**Cíl práce:** Analýza účinnosti reklamní kampaně společnosti Kubík, a.s.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Dílčí připomínky a náměty:

Bakalářská práce je zaměřena na aktuální oblast moderní psychologie - účinné reklamní postupy ve firemním prostředí.

V teoretické části autorka vhodně analyzuje oblast propagace, hledá souvislosti inovativního reklamního úsilí s oborem psychologie. Zdůrazněny jsou jednotlivé funkce reklamy, průběh a efektivita reklamní kampaně. V části, která se věnuje psychologii reklamy, autorka zvažuje, jaké konkrétní faktory ovlivňují postoje a chování zákazníků. Jsou tak představeny moderní prameny k vysvětlení souvislosti reklamního úsilí, marketingu a psychologie.

V praktické části je nejprve podána analýza reklamních aktivit a produktů zkoumané firmy Kubík, a.s. Vlastní výzkum je proveden u 122 respondentů - u zákazníků všech věkových kategorií žijících v Královéhradeckém a Pardubickém kraji. Pro sběr dat autorka využívá metodu tištěného i elektronického dotazníkového šetření. Analyzuje také statistická data zkoumané společnosti. Zaměřuje se především na efektivitu propagační akcí pomocí reklamních letáků a soutěží.

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

Studie předkládá teoretické prameny z oblasti reklamního působení v marketingu, veškeré tištěné i internetové zdroje jsou řádně citovány.

Je zde provedeno vlastní dotazníkové šetření, výsledky jsou statisticky vyhodnoceny, zpracovány v grafech a tabulkách a náležitě interpretovány.

Autorka po celou dobu přípravy respektovala doporučení vedoucí práce a aktivně pravidelně spolupracovala.

Práce splňuje po stránce formální i obsahové všechna náležitá kritéria, cíl práce je tak naplněn.

#### **Práci doporučuji k obhajobě.**

##### **Otázky pro diskusi:**

1. Mohla by autorka při své obhajobě podat návrh vlastní soutěže, která by zvýšila motivaci zákazníků v prodejnách Kubík, a.s. a porovnat se soutěžemi jiných obchodních společností? (dle str. 46)

2. Prosím, aby autorka sdělila závěry, které vplynuly z diskuse o výsledcích analýzy reklamního úsilí s vedoucím marketingu zkoumané společnosti. Které návrhy dle výzkumného šetření budou realizovány?

**Navržená výsledná známka: výborně**

**V Hradci Králové, dne 13.5.2015**

---

**podpis**