

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Vliv televizní reklamy na spotřebitele

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Menšík Ondřej

Vedoucí práce: Ing. Martin Liška, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Závěrečná práce se věnuje vlivu televizní reklamy na spotřebitele, cílem autora bylo v rámci tématu podat doporučení konkrétní automobilce. Celkově je struktura práce logická, nicméně teoretická část se mohla více zaobírat právě televizní reklamou. Doporučení v praktické části se opírají o provedený výzkum s využitím dotazníku – dotazník má však sám o sobě drobné nedostatky. Ty se týkají především jeho nadbytečné délky i volby otázek, ty by bylo vhodné více zaměřit právě na zjišťování vlivu reklam na spotřebitele. Doporučení jsou formulována logicky a věcně. Pro doplnění by se nabízelo provedení hloubkových rozhovorů s vybranými respondenty. Oceňuji vzhled do reklamní války dvou automobilek. Celkově jde o zajímavé téma práce s komplexním pohledem na vybranou problematiku.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V práci hovoříte o útocích na automobilku ŠKODA. Jakou podobu může mít nekalé soutěžní jednání v reklamě?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Setkal jste se ve svém okolí s negativním / pozitivním názorem na způsob vedení kampaně společností Hyundai Motors Czech?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	X
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 24.09.2019

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz