



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Havlová Markéta

**Název práce:** Průběh a účinnost reklamní kampaně ve vybrané personální agentuře

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

**Cíl práce:** Zhodnocení postupů a metod v přípravě reklamní kampaně v personální agentuře Force Trade s.r.o., stanovení konkrétních doporučení pro její budoucí vývoj.

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

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Charakter a minimální míra shody vykázaná anti-plagiátorským systémem, po posouzení konkrétních statí textu kvalifikační práce, odpovídá běžným postupům publikační činnosti a citační etiky a není v rozporu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

### Dílčí připomínky a náměty

Teoretická část práce je rozpracována poměrně rozsáhle, nikoliv však dostatečně detailně, zejména v oblasti reklamní kampaně a způsobů zhodnocení jejich efektivnosti. Teorie rovněž postrádá větší využití vlastních poznatků studentky ve formě vlastního výkladu a například i praktických příkladů.

Po formální stránce lze práci vytknout, že studentka nevěnovala dostatečnou pozornost konečné ukládané verzi, a proto v některých místech vykazuje práce nedostatky ve formátování textu, neuvádí zdroje, ze kterých jsou použita zobrazení, či z jakých jsou vytvořeny tabulky, atd.

Praktická část vychází především z výsledků dotazování. Samo dotazování mohlo být podrobnější, zejména ve vztahu ke zhodnocení marketingové činnosti agentury. Bylo možné lépe vytěžit soubor dotazovaných subjektů.

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

Teoretická část práce představuje dostatečná východiska pro zpracování tématu reklamní kampaně. Studentka nevnáší do textu teorie vlastní myšlenkový vklad.

V praktické části je práce postavena na dotazování realizovaném autorkou přímo v agentuře, mezi zájemci o práci i již umístěnými zaměstnanci. Dotazování bylo zvoleno jako metoda výzkumu vhodně, otázky však mohly být rozpracovány detailněji a prozkoumat širší souvislosti. Vyhodnocení poznatků tak může ke zkvalitnění prezentace agentury přispět především rámcově ve volbě nejvhodnějších komunikačních kanálů. Cíle práce byly studentkou naplněny.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Co považujete za nejvýznamnější konkurenční výhodu agentury, kterou byste jí doporučila zdůraznit v rámci komunikačního mixu?
2. Která z Vámi navrhovaných opatření přispějí nejvíce ke zvýšení efektivity propagace agentury a za jakých nákladů?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C**

**V Hradci Králové, dne 14. května 2018**

---

**podpis**