



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Matoušek Martin

Název práce: Stanovení ceny obvyklé u reklamních služeb s využitím aplikačního softwaru

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

Cíl práce: Na základě teoretických poznatků stanovit cenu obvyklou u zadaných reklamních služeb a následně ji porovnat se skutečně realizovaným plněním.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce nevykázal žádnou shodu, proto lze konstatovat, že práce je zcela v souladu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

Dílní připomínky a náměty:

Způsob, jakým je sestavena teoretická část postrádá jednak širší odůvodnění, proč je vůbec třeba zkoumat cenou obvyklou reklamních služeb a navíc nejpodstatnější část odůvodnění je zmíněna až jako poslední a jen velmi stručně.

Celou práci by se jako červená nit měla protínat otázka daňové znatelnosti nákladů na reklamu, případně sponzorských příspěvků. Reálně se toto téma v práci objevuje jen málo a jakoby mimochodem. V celé práci měl být na toto téma kladen větší důraz.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Student v teoretické části věnuje významnou pozornost marketingovým tématům, rozlišování jednotlivých komunikačních nástrojů, ale do značné míry opomíjí uvést zásadní důvody, proč je třeba vůbec takový postup realizovat. Základní otázka daňové znatelnosti nákladů, na kterou má student podat prostřednictvím práce odpověď, se v práci stává okrajovou.

Vlastní postup praktické části práce je předem dán definovaným postupem a není tedy přímým výsledkem činnosti studenta, pouze jeho aplikací na konkrétní případ. Výsledné zhodnocení dosažených výsledků rovněž není zcela dotažené z pohledu argumentace, protože by prioritně mělo jít opět o zhodnocení daňové znatelnosti nákladů na reklamu, včetně zhodnocení ekonomických a marketingových efektů pro daňový subjekt, což student sice vše zmiňuje, ale ne s dostatečným zdůvodněním z pohledu ekonomického, účetního a daňového. Dominantní zůstává pouze pohled marketingový. Student ovšem cíl práce **naplnil** a daňovou uznatelnost na základní úrovni prokázal.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké jsou důvody, proč je stanovení obvyklé ceny reklamního plnění pro jejího zadavatele tak zásadní a proč je stanovení obvyklé ceny procesem vyžadujícím určitou odbornost?
2. Co musí zadavatel prokázat, aby jeho náklady na reklamu byly daňově uznatelnými?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 2. května 2020

podpis