



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Martin Matoušek

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

**Autor posudku:** Ing. František Hašek

**Cíl práce:** Určení, výpočet a obhajoba ceny obvyklé u reklamních služeb sjednaných vybranou společností s reklamními agenturami a vyhodnocení kritérií pro daňovou uznatelnost nákladů za realizované plnění.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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"/>
Hĺoubka 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce v rámci kontroly anti-plagiátorským systémem nevykazuje žádné nedostatky (celková podobnost 0 %).

### Díĺčí připomínky a náměty:

Z hlediska formální a jazykové stránky je práce v pořádku. Autorovo vyjadřování je srozumitelné, práce je logicky strukturovaná a je využívána odpovídající odborná terminologie. Teoretická část práce vysvětluje všechny potřebné pojmy a metody a bylo čerpáno z dostatečného počtu relevantních zdrojů. Aplikační část čerpá z dat znaleckého ústavu a z dat vybrané společnosti.

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

Cílem práce bylo porovnat cenu skutečně realizovaného plnění za sponzoring s cenou obvyklou a zjistit, zda byly splněny podmínky pro daňovou uznatelnost. Vytyčený cíl práce byl naplněn. Nicméně téma této práce mohlo být o něco více přiblíženo studovanému oboru, mohlo být například navrženo využití dalších marketingových nástrojů a dalších forem propagace spolu s možnostmi vyhodnocování jejich efektivity, nebo alespoň stručně představen marketingový mix společnosti. V teoretické části práce je rozebráno mnoho pojmů, které mohly být využity i v části aplikační. Dále by v práci mohla být stanovena výzkumná otázka, nebo hypotéza.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Jaké další marketingové aktivity firma využívá, případně jaké další aktivity by autor doporučil?
2. Kdy by autor doporučil pro malé a střední podniky spíše sponzorství a kdy spíše reklamu?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: B**

**V Hradci Králové, dne 18. května 2020**

---

**podpis**