

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Vliv reklamy na zákazníka
Jméno autora:	Sára Hacaperková
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut ekonomických studií
Oponent práce:	Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání považuji za průměrně náročné; jedná se o aplikačně zaměřenou práci.	

Splnění zadání	splněno s menšími výhradami
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem bakalářské práce je zjistit, jak reklama ovlivňuje nákupní chování zákazníka. Domnívám se, že tento cíl byl částečně splněn, protože míra ovlivnění není v práci objektivně změřena a jsou prozkoumány jen postoje spotřebitelů, a nikoliv to, jak konkrétně jsou ovlivňováni.	

Zvolený postup řešení	částečně vhodný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Teoretická část práce nemusela začínat kapitolou 1 Marketing, ale měla být ihned zaměřena na marketingové komunikace nebo chování spotřebitele. Praktická část práce začíná kapitolou 4 Metodologie výzkumu. Zde musím upozornit, že nejde o metodologii, ale vždy metodiku výzkumu, která sice uvádí jednotlivé kroky, jež však mohly být popsány strukturovaně. Formulované hypotézy jsou příliš komplikované a ve stanoveném tvaru je není možné statisticky ověřit.	

Odborná úroveň	C - dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Struktura výběrového souboru měla být popsána ve strukturované tabulce, aby bylo vidět, jak početně jsou jednotlivé věkové, vzdělanostní a jiné skupiny zastoupeny. Graf č. 1 je pro otázku s dichotomickou možností odpovědi zbytečný; stačilo ho nahradit slovním popisem. Otázky 4–6 bych do dotazníku vůbec nezařazoval, protože se netýkají cíle výzkumu. Hodnoty v grafech č. 4 a 5 měly být seřazeny sestupně, stejně tak v tabulce č. 1. Hypotézy jsou následně vyhodnoceny jen pohledem na výsledky, a nikoliv statistickým testováním. Celkově nebyl využit potenciál výzkumu, protože v dotazníku mělo být umístěno více otázek se škálovými možnostmi odpovědí, které by přinesly podrobnější výsledky, jež by šlo vyhodnotit detailněji.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Z formálního pohledu uvádím, že tečka se píše vždy až za závorkou s citací. Otázky 1–3 patří až na konec dotazníku.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	C - dobře
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	

Zvolená literatura měla obsahovat mnohem více cizojazyčných zdrojů (nyní jsou citovány jen dva elektronické cizojazyčné zdroje). Většina použitých zdrojů jsou učebnice v českém jazyce, byť vydané v posledních letech.

Další komentáře a hodnocení

Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jakým konkrétním způsobem reklama ovlivňuje zákazníky? Co konkrétně Váš průzkum prokázal?
- 2) Jaké jsou rozdíly ve vlivu reklamy na zákazníky dle jednotlivých věkových a vzdělanostních kategorií?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Datum: 25.5.2022

Podpis: