

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Analýza současných a budoucích trendů televizní reklamy
Jméno autora:	Dan Vitvera (482754)
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<p>Autor práce předkládá k obhajobě závěrečnou práci věnovanou problematice současných a budoucích trendů televizní reklamy. Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části práce náročnější. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít a analyzovat sekundární data a výzkumy. Data pro tuto práci byla získána na základě expertního rozhovoru. Závěrečná práce má standardní teoretický základ obohacený praktickým přesahem a je velmi dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou. Praktická část se zabývá detailním představením televizní reklamy a dále její analýzou provedenou za pomoci sekundárního i primárního výzkumu. Na základě provedených analýz jsou stanoveny návrhy a doporučení, jež by měly pomoci zadavatelům určit, do jakého typu reklamy pro svou propagaci investovat.</p>	

Zvolený postup řešení	správný
<p>Autor zná dobře prostředí, v němž byla závěrečná práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autor práci rozčlenil na teoretickou a aplikační část. V teoretické části si vymezil vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části aplikuje definované pojmy. Poslední kapitola praktické části se zabývala již konkrétními návrhy a doporučeními, které vycházely ze všech provedených výzkumů. Zdroji pro konečné návrhy a doporučení tedy byly kapitoly Vývoj změn na televizním trhu, Češi a reklama, Vývoj televizní sledovanosti a v poslední řadě také Expertní rozhovor. Autor definoval čtyři doporučení.</p>	

Odborná úroveň	A - výborně
<p>Odborná úroveň práce je na odpovídající úrovni. Hloubka provedené rešerše literatury je odpovídající. Analytická část práce odpovídá standardu diplomové práce.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<p>Jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci. Rozsah práce je odpovídající.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně

Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autor využil standardní počet zdrojů. Silou stránkou práce je citační korektnost, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.

Další komentáře a hodnocení

Oponentka práce považuje teoretickou část práce za průměrnou a aplikační část za nadprůměrnou.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Představte komisi čtyři základní doporučení. Komentujte, kam se reklamní trh vyvíjí.
- 2/ Zastavte se u televize jako média a popište vnímání daného média jednotlivými generacemi.

Datum: 18.5.2023

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph. D.