POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	**Vliv reklamy na spotřebitele**
Jméno autora:	**Petr Rajchert**
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Vedoucí práce:	PhDr. Lenka Mynaříková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení pedagogických a psychologických studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání **náročnější**

Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.

Autor se v bakalářské práci věnuje vlivu reklamy na spotřebitele a faktorům, které ovlivňují působení a efektivitu reklamy. V teoretické části vychází z oblasti psychologie reklamy a modelů spotřebního chování, informace pak v rámci praktické části využívá k analýze reklamy společnosti Kofola z hlediska jejího vlivu na spotřebitele.

Splnění zadání **splněno**

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.

K naplnění cíle autor zvolil dotazníkové šetření, na základě kterého vyhodnocuje efektivitu reklamy společnosti Kofola, pokud jde o obeznámenost respondentů se značkou, image značky, vliv reklamních spotů na nákupní chování. Celkem autor oslovil 100 respondentů. Získaná data využívá k zodpovězení výzkumných otázek a návrhům na zlepšení propagace značky.

Aktivita a samostatnost při zpracování práce **A - výborně**

Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatné tvůrčí práce.

Autor práce byl při řešení zvoleného zadání aktivní, postup práce konzultoval s vedoucí.

Odborná úroveň **A - výborně**

Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.

Autor při řešení práce vhodně propojuje poznatky z oblasti psychologie reklamy a marketingu a aplikuje je v praktické části práce na zkoumanou problematiku. Zaměřuje se na efektivitu reklamních sdělení, komunikační kanály, kterými jsou sdělení šířena nebo na oblast image značky.

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce **A - výborně**

Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.

Formální i jazyková úroveň práce je v pořádku. V textu se nevyskytují gramatické nebo stylistické nedostatky. Rozsah práce odpovídá požadavkům.

Výběr zdrojů, korektnost citací **A - výborně**

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.

Citace jsou v souladu s citačními normami, v textu jsou odlišeny informace z odborné literatury a autorovy vlastní myšlenky. Autor zvolil vhodné a aktuální odborné zdroje v dostatečném počtu. Práce byla zkontrolována na plagiáty v systému Theses.

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.
Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení.

Autor v bakalářské práci popisuje oblast působení reklamy na spotřebitele, věnuje se faktorům, které se přímo podílejí na rozhodování v rámci nákupního chování spotřebitelů. V praktické části se zaměřil na značku Kofola a její reklamu, pomocí dotazníkového šetření pak u respondentů zjišťuje obeznámenost se značkou a s reklamou společnosti, hodnocení image značky i reklamních spotů. Na základě šetření jsou navržena doporučení pro zlepšení sledované problematiky.

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

Datum: 17.5.2018 Podpis: