



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Aneta Zárubová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Reklama a její vliv na spotřebitele

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Jan Petřtyl, Ph.D.

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno
 Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:² **výborně**

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na vliv reklamy na spotřebitele a spotřební chování. Autorka k jejímu zpracování přistoupila pečlivě. Po provedení rešerše zdrojů čtenáři nabízí odpovídající teoretický rámec, na který pak navazuje v praktické části. V ní se soustředí na bankovní sektor a srovnává 3 reklamy vybraných bankovních domů (Airbank, Moneta Money Bank a Česká spořitelna). Následuje dílčí analýza multikanálové reklamní kampaně Airbank a dotazníkové šetření, v němž 151 respondentů vyjadřuje jak postoj k reklamě jako takové, tak například i vnímání reklamy v různých mediatypech, obecné požadavky na to, jaká by reklama měla být i postoj k různým reklamám jako takovým. Následuje zhodnocení a formulace doporučení. V něm autorka vyzdvihuje mimo jiné i význam jednoduchosti reklamních sdělení a užití humorných prvků, což zasazuje také do kontextu výzkumu společnosti Millward Brown. Na



některých místech práce jsou patrné dílčí problémy s formátováním, ale pesto tuto bakalářskou práci hodnotím jako výbornou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Můžete, prosím, ukázat, jak se v průběhu času měnil počet klientů bankovních domů, jejichž reklamy v práci analyzujete?
2. Co Vás při analýze výsledků dotatnickového šetření nejvíc překvapilo?

V Plzni, dne 28.5.2021

Podpis hodnotitele