

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Katedra marketingu



Posudek vedoucí/ho bakalářské práce

Jméno studenta: Veronika Parihužičová

Název práce: Vplyv televíznej reklamy na dieťa v roli spotrebiteľ'a

Vedoucí práce: Ing. Ondřej Pešek

Cíl práce: Posoudit vliv televizní reklamy na děti

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení			
	1	2	3	4
Vymezení cíle a jeho naplnění	☐	☒	☐	☐
Náročnost tématu na teoretické znalosti	☒	☐	☐	☐
Náročnost tématu na praktické dovednosti	☒	☐	☐	☐
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	☐	☒	☐	☐
Hloubka a správnost provedené analýzy	☐	☒	☐	☐
Práce s literaturou	☒	☐	☐	☐
Logická stavba a členění práce	☒	☐	☐	☐
Jazyková a terminologická úroveň	☒	☐	☐	☐
Formální úprava a náležitosti práce	☒	☐	☐	☐
Vlastní přínos studenta	☒	☐	☐	☐
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	☐	☒	☐	☐

Dílčí připomínky a náměty:

Analytickou část by bylo vhodné doplnit o další techniky a získat tak hlubší i rozsáhlejší výsledky vlastního výzkumu.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce se zabývá tématem, které je v současnosti aktuální, a to problematikou ovlivňování reklamou dětí. Svým obsahem i rozsahem splňuje podmínky kladené na bakalářskou práci.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

Mezi několika reklamními soutěžemi určené pro odborníky, hodnotící reklamy at' z pohledu efektivity, kreativity apod., existuje v ČR soutěž Duhová kulička, kde porotci hodnotící reklamy jsou děti. Stručně tuto soutěž charakterizujte a zamyslete se, jaký má význam, proč se udílí tyto ceny a jak toto pomáhá.

V čem vidíte hlavní problémy zapříčiněné reklamou ve vztahu k dětem, k rodičům atd.?

Navržená výsledná známka: výborně - velmi dobře (podle výsledku obhajoby)

V Praze, dne 18. 11. 2009

podpis vedoucí/ho práce