

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Katedra marketingu



Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno studenta: Veronika Parihužičová

Název práce: Vplyv televíznej reklamy na dieťa v roli spotrebiteľa

Oponent práce: Ing. Oldřich Vávra, CSc.

Cíl práce: Zistenie, aký vplyv má televízna reklama na deti.

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:

Autorka by se mohla zamyslet nad vhodností aplikace kvantitativních technik pro zjišťování požadovaných informací, o jejich omezeních a nepřesnostech.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Předložená bakalářská práce splňuje formální i obsahové požadavky kladené na tento typ studentských prací.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

Autorka by se mohla vyjádřit k etické regulaci reklamy i marketingového výzkumu. Dále by se mohla vyjádřit k úskalím použití kvantitativních postupů při zkoumání kvalitativních jevů.

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

V Praze, dne 19.11.09

podpis vyberte práce