

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Téma: Analýza strategie budování značky Billyboy na českém a německém trhu

Autor: Vlasta Hátašová

Vedoucí práce: Ing. Jaroslav Halík, MBA, PhD.

Náročnost tématu na:

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------------------|--|--------------------------------------|
| • teoretické znalosti | ☐ podprůměrná | ☒ průměrná | ☐ nadprůměrná |
| • vstupní údaje | ☐ podprůměrná | ☒ průměrná | ☐ nadprůměrná |
| • použité metody | ☐ podprůměrná | ☒ průměrná | ☐ nadprůměrná |

Kritéria hodnocení práce

Stupeň hodnocení

	1	2	3	4
Stupeň splnění cíle práce	☒	☐	☐	☐
Logická stavba práce	☐	☒	☐	☐
Práce s literaturou, citace	☒	☐	☐	☐
Adekvátnost použitých metod	☐	☒	☐	☐
Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	☒	☐	☐	☐
Vlastní přístup k řešení	☒	☐	☐	☐
Formální úprava práce	☒	☐	☐	☐
Jazyková a stylistická úprava práce	☐	☒	☐	☐

Využitelnost výsledků práce v praxi, příp. teorii:

☒ průměrná ☐ nadprůměrná

Připomínky a požadavky na doplnění práce:

Proč spotřebitelé málo reagují na reklamu vyjádřenou slovy a naopak, proč reagují aktivněji na reklamu multimediální či eventovou? Ilustrujte na příkladu značky Billyboy v České republice.

Navržená známka: výborně

V Praze dne: 2. 5. 2013

.....
vedoucí práce