Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Posudek vedoucího bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Deti a reklama: Vplyv reklamy na deti

Autor bakalářské práce:

Michaela Grancová

Cíl bakalářské práce:

Cieľom práce, je zistiť, či reklama vplýva na deti v predškolsokm a mladšom školskom veku a keď áno, tak v akej miere. Ako další cieľ považujem nahliadnutie do marketingovej stratégie firmy Kraft Foods, ktorá sa zaoberá produktami, ktoré deti zbožnujú najviac – sladkosťami.
Realizace dvou výzkumných šetření a jejich vyhodnocení.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**97**
Výsledná známka	***výborně (1)***

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autorka se ve své práci zabývá aktuálním marketingovým tématem - reklama a její vliv na spotřebitele je v současné době předmětem mnoha studií. Autorka velmi dobře zakomponovala i etický pohled na věc - reklama a její vliv na děti. V úvodní části systematicky popisuje témata, kterými jsou chování spotřebitele, segmentaci trhu, marketingová komunikace, dále popisuje a kategorizuje reklamu jako součást komunikačního mixu.
Praktická část je založena na dvou primárních výzkumech, které autorka pro potřeby práce realizovala. Prvním výzkumem je expertní rozhovor s manažerem společnosti Kraft Foods, druhým realizovaným výzkumem je vlastní dotazníkové šetření, založené na metodě účelového výběru respondentů. Kladně hodnotím, že si autorka stanovila několik hypotéz, které tímto výzkumným šetřením potvrdila či vyvrátila.
Po celou dobu autorka aktivně komunikovala s vedoucím práce. Velmi dobře se také vypořádala s faktem, že jí byl v průběhu psaní bakalářské práce vedoucí změněn.

Otázka k diskusi: U obhajoby autorka může blíže pohovořit o etice v reklamě obecně, případně blíže prezentovat vlastní pohled na etiku marketingové komunikace zaměřenou na děti.

Celkově hodnotím práci výslednou známkou výborně a doporučuji ji k obhajobě.

Jméno vedoucího bakalářské práce:

Mgr. Radek Tahal, Ph.D.

Pracoviště vedoucího bakalářské práce:

Fakulta podnikohospodářská, Katedra marketingu

16. květen 2013

podpis vedoucího bakalářské práce