Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Formáty venkovní reklamy, jejich vývoj a využití 3D reklamy

Autor diplomové práce:

Bc. Dominik Peršl

Cíl diplomové práce:

Cílem diplomové práce bylo zmapovat venkovní formáty reklamy a analyzovat vnímání 3D reklamy jak veřejností, tak odborníky z praxe.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	7
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	8
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	7
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**87**
Výsledná známka	***velmi dobře (2)***

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autor si zvolil téma venkovní reklamy s ohledem na jeho podnikatelský projekt v oblasti holografické reklamy. Z toho důvodu se věnuje trendům na poli venkovní reklamy. Teoretická část čtenářům představuje formáty venkovních nosičů s důrazem na současný vývoj technologií. Aby čtenář pochopil celý kontext venkovní reklamy, je první část teorie věnovaná reklamě, její historii a typům reklamních médií. Praktická část se věnuje vnímání venkovní reklamy a zkoumá potenciál využití 3D reklamy. Autor prováděl výzkum v OC Chodov, kde oslovoval návštěvníky centra a prováděl dotazníkové šetření (N = 30). Výsledky dotazníkového šetření byly doplněny hloubkovým rozhovorem s odborníky z reklamního průmyslu. Jedním byl zástupce mediální agentury a druhým respondentem byla marketingová ředitelka retail obchodu OC Chodov. Práci hodnotím jako zdařilou. Zájemcům o problematiku venkovní reklamy nabízí ucelený přehled. Pro odbornou veřejnost bude zajímavá především část věnovaná moderním 3D formátům. Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení velmi dobře.

1) Jak složitá je implementace reklamní 3D technologie u klienta?
2) Předpokládáte, že 3D technologie nahradí část stávajících nosičů nebo bude spíše doplňkem?

Jméno vedoucího diplomové práce:

Ing. Michal Andera, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Katedra podnikání

středa 29. květen 2019

podpis vedoucího diplomové práce