

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Nikola Čermáková  
Číslo studenta: E19985  
Název bakalářské práce: Vnímání reklamy mezi mladou generací  
Cíl práce: Cílem práce je charakterizovat jednotlivé generace v kontextu vnímání a efektivity komunikačních aktivit podniků za účelem formulace doporučení pro tvorbu reklamy ve vybraném odvětví s důrazem na vnímání mladé generace.  
Vedoucí práce: Ing. Martin Mlázovský  
Studijní program: B0413A050008 Ekonomika a management  
Akademický rok: 2021/2022

### Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Ostatní připomínky k práci

Práce je zaměřena na analýzu reklamních činností ve videoherním odvětví a následně na jejich vnímání mezi generací Z. Autorka zde nejprve zmapovala teoretické poznatky z hlediska nástrojů marketingového mixu se zvláštním zřetelem na marketingovou komunikaci a reklamní činnost. Následně charakterizovala jednotlivé generace ze sociologického hlediska, přičemž v kapitole 3.6 věnovala významnou pozornost i jejich vnímání a reakcím na různé nástroje komunikačního mixu. Tyto poznatky dále aplikovala již konkrétně na videoherní odvětví, kde nejprve provedla analýzy marketingového mezo- a makroprostředí, konkrétně se jedná o PESTLE analýzu a Porterův model 5F. Hlavní výzkumnou metodou však bylo vlastní dotazníkové šetření zaměřené na chování spotřebitele na tomto trhu a bylo realizováno mezi 288 respondenty. Závěrem autorka shrnuje svá zjištění z dotazníkového šetření a následně navrhuje doporučení pro videoherní odvětví, opět ve shodě s cílem práce zejména v kontextu marketingové komunikace. Nicméně, vlastní doporučení jsou pouze slabě provázána s předchozími analýzami, především s Porterovou analýzou 5F, a tak některá doporučení jsou poměrně povrchní. Autorka pracovala samostatně a reagovala na připomínky vedoucího práce.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a nejvyšší míra podobnosti je 1 %, práce není plagiát.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. Jak se ekonomicky vyvíjel Vámi zkoumaný trh v době pandemické krize a jak se skutečný stav nakonec lišil od dřívějších prognóz vývoje tohoto trhu?
2. Ve svých doporučeních pro marketingovou komunikaci se nijak nevyjadřujete k podpoře prodeje a osobnímu prodeji – jaké možnosti tyto nástroje pro dané odvětví nabízejí?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 23.5.2022

Podpis .....