



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Michaela Kuželíková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Etika a korektnost v reklamě
Hodnotitel – oponent: Mgr. Hana Ovesleová
Podnik – firma: Západočeská univerzita v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

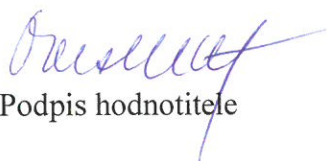
Tématem bakalářské práce je etika a korektnost v reklamě. Autorka v úvodu práce zřetelně a jasně definuje zkoumanou oblast, následně přehledně a logicky strukturuje teoretickou část, kde vymezení základních pojmů a vztahů mezi nimi doplňuje o legislativní rámec. Dále v práci úžeji specifikuje oblast následného výzkumu. Výzkumné cíle jsou stanoveny realisticky, bez přehnaných očekávání, zvolená metodika je vyhovující zvolenému záměru. V praktické části se autorka věnuje zmapování názoru veřejnosti na etiku v reklamě v závislosti na zobrazovaném tématu či na druhu reklamního nosiče. Zajímavý je následný pokus o srovnání kulturního kontextu ve vnímání neetické, případně sexistické reklamy u respondentů z ČR a USA. Poslední součástí praktické části je pak experiment spočívající v potvrzení hypotéz o účinku reklamního sdělení i po odstranění neetického motivu, který autorka realizovala formou osobního dotazování u více než sta respondentů, což dokazuje osobní zaujetí pro dané téma. Výsledky obou dotazníků jsou interpretovány bez větších subjektivních vlivů, objektivně zhodnocují stanovené cíle. Celkově hodnotím práci jako velmi pečlivou a kvalitní, a hodnotím ji klasifikačním stupněm výborně.



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. V rámci svého praktického výzkumu v otázce číslo tři mezi neetické faktory zařazujete reklamu v podobě spoře oděné ženy jako zástupného sexistického symbolu. Domníváte se, že mužů se daná problematika netýká, případně víte, ja jakém poměru vůči ženám?
2. Jaké faktory se kromě vámi zjišťované kulturní diference podílí na vnímání etiky v reklamě u různých cílových skupin?

V Plzni, dne 20.5.2016


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).