ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta pedagogická
Katedra psychologie

**PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**
**(Posudek vedoucího)**

Práci předložil(a) student(ka): **ING. IVA ŠEVČÍKOVÁ**
Učitelství praktického vyučování a odborného výcviku

Název práce: **SOCIALIZAČNÍ VLIV REKLAMY NA STŘEDOŠKOLSKOU MLÁDEŽ V PLZEŇSKÉM KRAJI**

Vedoucí práce: Mgr. Vladimíra Lovasová, PhD.

| **Předmět hodnocení** | *Výborné* | *Velmi dobré* | *Dobré* | *Nevyhovující* |
|---|---|---|---|---|
| Iniciativa a samostatnost při zpracování | X | | | |
| Splnění cíle a rozsahu zadání | X | | | |
| Úroveň zpracování teoretické části | | X | | |
| Úroveň zpracování analytické části | X | | | |
| Projektová a metodologická koncepčnost | X | | | |
| Vhodnost použitých metod | X | | | |
| Způsob zpracování dat | X | | | |
| Správnost a důkladnost vyhodnocení získaných výsledků | | X | | |
| Odborná jazyková Úroveň | X | | | |
| Formální uspořádání a úprava (text, grafy, tabulky) | | X | | |
| Práce s odbornou literaturou (citace a odkazy) | X | | | |
| Celková odborná úroveň BP | X | | | |
| Celkový přínos BP | X | | | |

Doplnění a připomínky :

Předložená bakalářská práce se zabývá vlivem reklamy na středoškolskou mládež. Je členěna do čtyř stěžejních kapitol, přičemž poslední z nich tvoří vlastní průzkum. V rámci teoretických východisek se autorka věnuje reklamě a její funkci, na které pohlíží z historického i současného kontextu. Další část je věnována vývojovým změnám v adolescenci. Uvedené stati jsou zpracovány způsobem, který z obsahového i stylistického hlediska odpovídá požadavkům kladeným na bakalářské práce. Pozitivně hodnotím zařazení kapitoly „Vliv reklamy na osobnost adolescenta, neboť má propojující funkci, čímž se celá bakalářská práce se stává více kompaktní.

Za počátek analytické části BP lze považovat již subkapitolu „Vliv reklamy na strukturu osobnosti adolescenta", ve které autorka poukazuje na příklady reklam, jejichž cílovou skupinou je adolescentní mládež a zasazuje je do kontextu struktury osobnosti. Následné dotazníkové šetření má deskriptivní charakter, který mapuje vliv reklamy na žáky jedné střední školy. Do šetření bylo celkem zahrnuto 89 respondentů. Pozitivně hodnotím především formulace jednotlivých položek, ve kterých autorka zohlednila názvosloví, které dnešní mládež běžně používá (follower, trendy, cool apod.). Autorka se respondentům přiblížila také formou administrace dotazníku a pro jejich uživatelskou pohodlnost jej konstruovala jako online.

Získaná data jsou přehledně graficky či tabulkově znázorněny ve formě absolutních a relativních četností a srovnávány dle anamnestických dat (pohlaví, studijní obor).

Formální připomínky : špatné číslování obsahu, v některých částech přílišná atomizace.

Celkově hodnotím bakalářskou práci pozitivně a doporučuji ji k obhajobě.

Dotazy :

- Objasněte „Model 4P“.
- Uveďte některou z typologií spotřebního chování adolescentů.
- Která z vašich zjištění pro vás byla nejvíce překvapující ?

Celkové hodnocení práce :

*X* VÝBORNĚ ☐ VELMI DOBŘE ☐ DOBŘE ☐ NEVYHOVĚL/A

Datum: 20.5.2012

Podpis: