

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Daniela Platzová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Etika a korektnost v reklamě

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Zelenka
Podnik – firma: FEK ZČU

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na problematiku etiky v reklamě. Autorka v úvodní části práce představila teoretická východiska, text této části je psán spíše jako populárně naučný článek než jako akademická práce. Dojem z práce sráží formulace typu "Cílem následujícího textu je, aby neznalost tohoto pojmu nebyla případem také čtenářů této práce." (s. 17). V práci je více než 150x použito slovo "autorka", což je hodně rušivé. Jinak je práce pěkně strukturovaná, pojmy hezky vysvětlené a práce je opřena o velké množství zdrojů. V praktické části autorka představila výstupy výzkumu, je škoda, že se nepustila do hlubší analýzy dat, neidentifikovala respondenty citlivější na vnímání etičnosti reklam ani nevyvozuje závěry přímo u jednotlivých otázek. Obrázky v této části jsou zvětšiny duplicitní s textem a nemají přidanou hodnotu. Je škoda, že autorka nesrovnala výsledky s obdobnými výzkumy. Návrhy nejdou dostatečně do hloubky, jsou nekonkrétní. Celkově hodnotím práci jako "velmi dobrou".



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Rozpracujte návrh na s. 67 - co má být konkrétně komunikováno tj. jaká je message, jak to chcete pojmout? Navrhujete posty do feedu, stories nebo kombinace? Volila byste statické formáty nebo video formáty?

Vysvětlete, jak si v praxi představujete implementaci tohoto (s. 69) - "Autorka proto doporučuje podnikům, aby právě v těchto médiích dbaly zvýšené opatrnosti při tvorbě reklamních kampaní."

Odůvodněte návrh přidání běžných občanů do Rady viz s. 69.

V Plzni, dne 08. 06. 2020

Podpis hodnotitele