



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

**Jméno studenta:** Lucie Zelenková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Emoce v reklamě

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Michal Mičík, Ph.D.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

V předložené práci se studentka zabývá emocemi v reklamě. Cíle práce jsou specifikovány v úvodu. Teoretická část začíná rešerší literatury vztahující se k emocím. Tato část je provedena převážně správně; autorka využívá řadu zdrojů, občas se však objevují dlouhé pasáže textu vycházející pouze z jednoho zdroje, některé zdroje jsou zastaralé. Druhá kapitola je věnována teorii marketingu a převážně reklamě. Opět lze konstatovat, že tato část práce je provedena převážně správně, avšak se stejnými výtkami jako v kapitole 1. V praktické části se autorka věnuje reklamě a emocím v praxi. Pro tuto část sama autorka vytvořila několik plakátů, pomocí kterých testovala jednotlivé emoce. Pro výzkumnou část byly stanoveny výzkumné otázky a z nich vycházející hypotézy a tvrzení. Vyhodnocovány byly pomocí vytvořeného dotazníkového šetření. Metody použité pro vyhodnocení hypotéz (Kendall a Mann-Whitney) byly použity správně. Co se týká výzkumného vzorku, tak z celkového hodnocení měly být vyřazeny skupiny nad 50 let a to hlavně z důvodu velmi malého počtu respondentů, případně mohly být skupiny

spojeny pro získání relevantnějších výsledků. Celkově mohlo být s rozdělením respondentů pracováno lépe. Výsledky tvrzení na str. 62 mohly být interpretovány srozumitelněji. Čtenář se zde dozvídá, že tvrzení 4 není potvrzeno, protože plakát č. 5 skončil až na 2. místě a více respondentů volilo plakát č. 4 - už ale není jasné, co tedy plakát č. 4 obsahuje. Takovýchto nepřesností je v práci bohužel více. H1 není dostatečně interpretována a H2 je interpretována nepřesně. Doporučení jsou formulována v návaznosti na výsledky práce, mám však trochu pochyby o správnosti kalkulace pro televizní reklamu. Co se týká propagace tyčinky - kde by byl plakát vystaven? Toto doporučení by bylo potřebné lépe představit.

Na základě výše uvedeného navrhuji předloženou práci hodnotit ještě jako "velmi dobrou".

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Interpretujte výsledky obou hypotéz.

Bližze rozpracujte kalkulaci na televizní reklamu. Co všechno obnáší Vámi představený rozpočet? Jak často a kdy by reklama běžela?

Rozpracujte doporučení představené v kapitole 5.2.2.

V Plzni, dne 13.7.2020

Podpis hodnotitele