



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Veronika Malá  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Etika a korektnost v reklamě

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Jan Petřtyl, 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení 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) 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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>

**výborně**

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

Předkládaná bakalářská práce se věnuje tématu etiky a korektnosti v reklamě s důrazem na situaci na českém automobilovém trhu. V úvodních částech práce autorka buduje potřebný teoretický aparát, na který vhodně navazuje praktická část. Ta je zaměřena na vybrané komunikační aktivity automobilky Hyundai, které v minulosti vyvolaly poměrně velký zájem jak široké, tak odborné veřejnosti. Tyto aktivity jsou pak zasazeny do kontextu konkurenčního boje se značkou Škoda auto. Následuje prezentace výsledků dotazníkového šetření, s jehož pomocí autorka mimo jiné zkoumala vztah respondentů k etice v reklamě, co je pro respondenty důležité při pořizování automobilu a v neposlední řadě i jejich postoj ke kontroverzním reklamám firmy Hyundai či vnímání značek Hyundai a Škoda. V závěru autorka shrnuje



výsledky a formuluje doporučení. Příprava práce probíhala průběžně a celkově výsledek hodnotím jako výborný.

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

1. V práci zmiňujete, že český management firmy Hyundai byl nedávno vyměněn. Projevilo se to nějak podle Vašeho názoru na charakteru reklam a můžeme pozorovat i jinou dynamiku prodeje?

V Plzni, dne 28.5.2021

Podpis hodnotitele