

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Leona Svobodová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Vztah reklamního obsahu a reakce spotřebitelů dle jejich temperamentu
Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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) 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

Studentka se zabývala klamavou reklamou ve vztahu k některým charakteristikám spotřebitelů. Stanovený cíl ale na první pohled nemíří k oblasti klamavých praktik, domnívám se, že mohl být specifitější. Zvolená metoda (párové porovnání dvou fiktivních reklamních dvojic), doplněná o dotazník směřující k prvkům temperamentu je zajímavá, využití fiktivních reklam je dobrý přístup. Výzkumný vzorek je nereprezentativní, ale studentka je si toho vědoma (viz kapitola k limitům výzkumu), stejně jako studentka dokáže kriticky zhodnotit některé nevhodně položené otázky.

V úvodních částech práce studentka využívá spíše českých zdrojů. Zahraniční zdroje studentka využívá od kap. 1.4, přičemž zde vlastně nejprve není patrné, proč je zařazena, v teoretické části postrádám provázanost jednotlivých jejích částí. Považoval bych za vhodnější řadit i výstupy jiných výzkumů (jinak ovšem velmi důležitá část, nadstandardně zpracovaná, co do hloubky) prezentované průběžně v částech s výsledky spíše už do teoretické části. Studentka by tak mohla formulovat očekávání od výzkumu a postup práce by byl srozumitelnější. Navíc bych ocenil, kdyby se pak studentka vyjádřila, jestli její výsledky korespondují s podobnými výzkumy, nebo ne.

Jistý problém mám se slovem "nachytají", působí ne zcela odborně.

Obečně je otázka, jestli zvolené příklady "neférových" taktik jimi opravdu (objektivně) jsou, tedy bylo by vhodné se je pokusit "nezávisle" ověřit, např. dotazy na odborníky na ochranu spotřebitele. V tomto kontextu je třeba vnímat i výsledky výzkumu.

Na druhou stranu oceňuji např. začlenění kontrolních otázek do dotazníku. Nicméně u tab. 5 chybí původní zdroj (název indikuje originální znění).

Oceňuji nadstandardní zpracování regresní analýzy (na této úrovni kvalifikační práce).

Studentka na závěr formuluje stručná doporučení pro společnosti i pro spotřebitele. Jistě by bylo vhodné definovat i doporučení pro regulátory. Výsledky výzkumu totiž samozřejmě mohou být návodné pro "nefér" hráče. Hranice mezi etickou/neetickou, legální/nelegální, fér/nefér reklamou je tenká, často subjektivní. Práce je na hranici klasifikačních stupňů výborně a velmi dobře. Vnímám ji vlastně jako vstup do této problematiky a výzkum bude jistě možné rozšiřovat, prohlubovat, zpřesňovat.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Proč byla pro temperament zvolen model Big Five? Resp. nebylo vhodnější zvolit metodu s menším počtem dimenzí?

Jak jste ověřovala, že zvolený vizuál je opravdu příkladem dané klamavé praktiky?

Jak bylo možné předejít zjištěnému pravděpodobnému nepochopení otázek?

Pokud píšete o "nefér" reklamě - je to nelegální nebo neetické?

Myslíte si, že výsledky v ČR se budou odlišovat od výsledků v jiných zemích/regionech. Pokud ano, co by výsledky mohlo ovlivňovat.

V Plzni, dne 24. 5. 2024

Podpis hodnotitele