

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Bc. Michala Skolková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Vnímání Product Placementu respondenty v českých televizních seriálech

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Studentka v diplomové práci řeší vnímání product placementu v českých televizních seriálech. Cílem práce je zjistit, jestli diváci českých televizních seriálů vnímají product placement a jak se případně liší s ohledem na vybrané demografické faktory.

Autorka pro splnění dílčích cílů nejprve zpracovala teoretickou rešerši, ve které využívá poměrně široké škály zdrojů, nicméně v některých částech působí text neprovázaně a je spíše výčtem zjištěných poznatků v literatuře. Autorka však odkrývá podstatné aspekty zkoumaného tématu. V další fázi autorka popisuje české mediální prostředí se zaměřením na televizní trh, přičemž se orientuje na zkoumanou problematiku českých televizních seriálů. V poslední části práce pak studentka realizuje vlastní výzkum, pro který zvolila tři metody: online dotazování, pozorování s využitím eyetrackingu a interview. Zvolené metody se vhodně doplňují. Autorka si je do určité míry vědoma omezení, která vyplývají ze záměrné volby respondentů/účastníků výzkumu. Práce tak ukazuje výstupy odpovídající struktuře respondentů, tedy spíše mladších respondentů s vyšší úrovní vzdělávání. Pro vyhodnocení stanovených hypotéz využívá chí kvadrát testu dobré shody, přičemž u H5 nedošlo ke sloučení věkových intervalů pro dodržení podmínek použití tohoto testu.

Zpracování závěrů výzkumu mohlo být kvalitnější se zdůrazněním limit výzkumu. Mnohá doporučení spíše vážou na teoretickou rešerši než na výstupy výzkumu.

Z hlediska formálního je v mnohých částech textu ne zcela dobře pracováno s jazykovými formulacemi, přestože formát práce i gramatika jsou na dobré úrovni. Již byla zmíněna častější neprovázanost jednotlivých částí textu.

Navrhuji práci hodnotit klasifikačním stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Doporučujete využívání product placementu v českých komediálních a kriminálních seriálech pro cílovou skupinu 21-30 let. Jak velké procento této cílové skupiny (na základě Vašich výzkumů) tyto seriály nesleduje?

Uveďte příklady značek, pro které by podle Vás mohlo být využití product placementu v kontextu Vámi řešené problematiky vhodné. Které značky využívající product placement naopak podle Vašeho názoru spíše nevolí tento nástroj vhodně (jako celek)?

V Plzni, dne 13. května 2019

Podpis hodnotitele