

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Aneta Zárubová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Reklama a její vliv na spotřebitele

Hodnotitel – oponent: Ing. Hana Kunešová, Ph.D.
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 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 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 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) 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

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Hlavním cílem práce je "zhodnotit vybrané reklamy v bankovním sektoru a zjistit, jak jsou vnímány vzorkem respondentů." Kromě hlavního cíle je v úvodu práce vymezeno i šest dílčích cílů, které se týkají převážně teoretické části práce. Všechny cíle byly splněny.

Práce obsahuje podrobněji zpracovaný teoretický základ k danému tématu (kapitoly 1 až 3), autorka v textu odkazuje na české a zahraniční odborné zdroje. Kapitola 4 poskytuje podrobné informace o provedeném výzkumu a jeho závěrech. V úvodní části kap. 4 je stručně popsána metodika práce a cíle výzkumu, podrobnější informace o metodice dotazníkového šetření jsou uvedené v kapitole 4.4.

Autorka v kapitole 4 prokázala výbornou schopnost aplikovat teoretické poznatky na předmět svého výzkumu. Použitý dotazník obsahuje vhodně zvolené otázky, výsledky dotazníkového šetření jsou podrobně a přehledně vyhodnocené a poskytují přínosné informace pro další praxi.

V teoretické části práce jsou místy drobné chyby při používání znaku & v odkazech na zdroje.

V textu je několik hovorových výrazů (např. otravná součást, skrz reklamu, trefit se do vkusu), případně hovorový styl vyjadřování, např. "Dostáváme se téměř ke konci bakalářské práce a nezbývá nic jiného než shrnout a vyhodnotit hlavní zjištění, ke kterým autorka přišla.", nebo "Ovšem k čemu by byla reklama,

když by se na ni pouze hezky koukalo ..." Tento styl je použitý jen místy, autorka tím udržuje kontakt se čtenářem.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Zhodnoťte význam využívání product placementu v reklamě v České republice. Uveďte příklady jeho používání. Zjistěte, zda tento typ reklamy používají také banky?
2. Otázka ke s. 63: Jak převážně odpovídali na poslední otázku v dotazníku (tj. otázka k významu osobností v reklamě) respondenti, kterým se nejvíce líbila reklama MONETA Money Bank, protože v ní je "vtipná kočka" (viz s. 61)?
3. V obrázku č. 21 na s. 53 uvádíte četnost odpovědí u položky "efektivní" a položky "Efektivní". Jde o chybu v obrázku nebo záměrně odlišujete efektivní a Efektivní? Pokud to není chyba, tak čím se tyto odpovědi liší?

V Plzni, dne 5. 6. 2021

Podpis hodnotitele