

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Štěpán Karásek  
**Studijní obor/zaměření:** Marketingové řízení  
**Téma bakalářské práce:** Nekorektnosti v marketingové komunikace firem

**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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**v ý b o r n ě**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>

Student řeší ve své bakalářské práci nekorektnosti v marketingové komunikaci (reklamě). Práce je obecně zpracovaná na vysoké úrovni, především z hlediska metodického. Teoretická část práce je zpracovaná na standardní úrovni, domnívám se, že je zde zbytečná podkapitola řešící rasismus. V praktické části práce student využívá reálných reklam, zde hrozí mírné riziko, že budou respondenti znát z případných diskuzí. Student využil dotazníkového šetření, výsledky zpracoval na vysoké úrovni. Metodický postup práce odpovídá záměru, student využívá výzkumných otázek, hypotéz, které také statisticky ověřuje.

Na druhou stranu do jisté míry kvalitní výzkum sráží některé nedostatky či nelogičnosti, které sťažují pochopení některých aspektů práce. Metodicky by jistě bylo vhodnější pro jednotlivé respondenty volit různá pořadí zkoumaných reklam (nicméně to je problematické realizovat v Google Forms, student zvolil náhodné pořadí reklam, takže je si problému vědom), zde se domnívám, že může dojít k ovlivnění názorů respondentů při shodném pořadí reklam. Dále student nedokázal jednoznačně označit zkoumané reklamy (někdy je složité poznat která reklama je která, v jedné části student postupuje dle dotazníku, v jiné volí jiné označení), za logické bych považoval řazení výstupů dotazníku dle výsledků míry sexismu zjištěné v předvýzkumu. Stejně tak bych pro škálování odpovědí zvolil u "rozhodně ano" hodnotu 5 (bylo by logičtější větší míru sexismu označit vyšším číslem). Podobně tak i u použitých grafů by bylo vhodné

zachovat stejné řazení odpovědí u všech grafů shodně. Metodicky bych snad i doporučil provést focus group před dotazováním, bylo by možné verifikovat volbu zkoumaných pocitů. Dále je otázkou, jestli je možné považovat odpověď "nevím" za hodnotu na škále "rozhodně ano" až "rozhodně ne". Zmíněné nedostatky je třeba vnímat v kontextu v rámci vysokého standardu práce.

Celkově navrhuji práci hodnotit i přes zmíněné nedostatky ještě stupněm výborně, pokud státnicové komise u obhajoby bude vnímat odpovědi na položené dotazy jako dostatečně zodpovězené a vysvětlené.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Vysvětlete, prosím, logiku dělení dotazníku (Příloha č. 1, str. 2 dotazníku) u otázky 3, kdy všechny odpovědi mají vést na otázku 5, čímž by byla přeskočena otázka 4, která má sloužit jako filtrovací?

Bylo v práci dosaženo cíle porozumění reakcím mladé generace na reklamy, které obsahují prvky sexismu?

V práci využíváte jednu z reklam, která není sexistická (vlasy), a přesto se i u hodnocení této reklamy potvrdily zkoumané hypotézy. Jak si to vysvětlujete? Sice tuto reklamu zařazujete jako nesexistickou, tedy jakou si kontrolní, ale dále s ní takto nepracujete.

V Plzni, dne 28. 5. 2024

Podpis hodnotitele