

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

**Jméno studenta:** Jitka Fričová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Etika a korektnost v reklamě  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Petr Janeček  
**Podnik – firma:** 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

**dobře**

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

V předložené práci se autorka věnuje problematice etiky a korektnosti v reklamě. Teoretická část práce je dobře a logicky sestavena. Na straně 10 je uvedeno několik definic etiky, kdy bych následně komentáře přiřadil pro snazší orientaci v textu k jednotlivým definicím. V práci se vyskytují gramatické chyby a překlepy (str. 11, 25, 32, 41). Autorka by v psaném projevu měla volit jednodušší vyjadřování, pro lepší pochopení myšlenky čtenářem (str. 13, 25). Při odkazování na citaci v textu není využíváno jednotné metody (str. 15). V některých případech nebylo využito neoborného jazyka a formulace vět (str. 19, 39, 45). V praktické části bylo využito dotazníkového šetření. Autorka správně uvedla, že se zaměřila na určitý segment, nicméně v jeho popisu vzala v úvahu pouze pohlaví respondentů. U popisu segmentu využíváme běžně dalších popisných charakteristik a nikoliv dělení podle... (str. 40). V teoretickém úvodu do dotazníkového šetření autorka uvádí, že je velice důležité oslovení respondenta. Sama se v dotazníku (příloha A) dopustila chyb. Text není psán motivačně a respondentům bylo sděleno, že výsledky budou sloužit k osobním účelům. Práce vykazuje velice subjektivní pohled na zkoumanou problematiku a vykazuje řadu formálních chyb. Nicméně práce splňuje požadavky stanovené na tento typ kvalifikační práce a je hodnocena stupněm dobře.



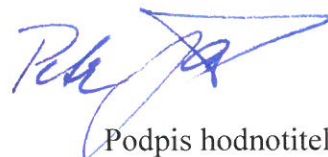
### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

Jak byste hodnotila reklamu, která využívá strachu k prevenci závažných společenských problémů?

Je v taková reklama neetická či je neetické nevyužít takové příležitosti k prevenci?

Jaké jsou rozdíly ve vnímání etiky a korektnosti v různých kulturách?

Jaké etické problémy ve zvtahu s různou kulturou mohou podniky na mezinárodním trhu vyvstat?



Podpis hodnotitele

V Plzni, dne 12.5.2014

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).