

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Michaela Havlíčková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Nekorektnosti v marketingové komunikaci firem

Hodnotitel – oponent: Ing. Radka Zemanová, MBA
Podnik – firma: Plzeňský Prazdroj, a.s.

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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input 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 checked="" type="checkbox"/> | <input 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 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 type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| J) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| K) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| L) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| M) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená bakalářská práce splňuje požadavky na tento typ závěrečné práce. Autorka v její teoretické části podala základní teoretický přehled související s tématem práce. Teoretická část má dostatečný rozsah a kvalitně uvádí do problematiky marketingové komunikace včetně definování a vysvětlení nekorektností vyskytujících se v reklamách.

V úvodu praktické části autorka stanovila cíle práce, popsala použitou metodu výzkumu a postup vyhodnocení včetně metodiky statistického zpracování. Oceňuji, že s ohledem na velikost zkoumaného vzorku negeneralizuje, ale pouze hodnotí výsledky daného zkoumaného vzorku.

Autorce se v práci podařilo splnit a vyhodnotit stanovené cíle a jasně a srozumitelně interpretovat výsledky výzkumu. Kladně hodnotím širší použité literatury včetně aktuálních titulů a rozmanitost a širší využitých internetových zdrojů.

S ohledem na charakter práce není její přínos pro teorii a praxi nijak zásadní, nicméně autorka prokázala potřebné znalosti a dovednosti v psaní odborného textu včetně použití odborných výrazů, formulací a celkové stavby práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Ve své práci, v použitém výzkumném dotazníku, pracujete jen s příklady reklam, na kterých jsou použity ženy modelky. Z jakého důvodu jste nepracovala i s mužskými modely?
2. Dokážete, na základě prostudovaných zdrojů a podkladů, popsat rozdíl v přístupu malých a velkých firem k zadávání a ztvárnění reklamy s ohledem na zkoumané nekorektnosti v marketingové komunikaci?

V Plzni, dne 17.5.2019

Podpis hodnotitele