

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: David Škoda
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Analýza reklam ve zvoleném segmentu z pohledu Logos, Pathos, Ethos

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Student se účastnil stáže v projektu Erasmus, kterou si i prodloužil. Z tohoto důvodu byla komunikace s vedoucím práce omezena a student se jí jen elektronicky věnoval až v závěru semestru. Podněty od vedoucího tak uplatnil zejména v dopracování specifické teoretické části předložené DP. Cíl práce je stanoven v úvodu na s. 6 a je konkretizován popisem obsahu práce. V první kapitole se teoreticky věnuje marketingovému mixu a potom zejména základnímu popisu médií s dokladováním aktuálních dat ve vztahu k reklamě v těchto médiích. V druhé kapitole vhodně popisuje problematiku reklamních apelů a opírá se zejména o přední české autory (Světlík, Vysekalová) a další relevantní zdroje. Za přínosné považuji autorem dopracovanou kapitolu k aplikaci Logos, Ethos, Pathos pro marketingové účely. Zde je také patrně větší využití zahraničních relevantních zdrojů a tato kapitola je rozhodující pro přípravu aplikační části DP. K teoretické části je potřebné dodat, že systém označil určitou shodu s materiálem VŠ Ambis. Nicméně,

při podrobném porovnání bylo zjištěno, že se to týká pasáží, jež plynou z publikací autorů jako Kotler, Světlík, Foret, Vysekalová, které shodně uvádí autor v DP a zdroj z Ambis.

Na s. 47 začíná kapitola Výzkum. Stručně je popsána metoda obsahové analýzy a podkapitola 4.2 představuje vlastní design výzkumu. Dobře jsou formulované výzkumné otázky, ale nevhodně hypotézy. Není zřejmé, z čeho jsou odvozena procenta v H2 a H3. Následné přehledné tabulky pro obsahovou anlyzu jsou vhodně zpracovány a je uvedeno, jak byl vybrán výzkumný vzorek. Následuje popis vybraných reklamních kampaní bank. Od s. 58 je uveden kvalitativní rozbor reklamních sdělení se zaměřením na Logos, Pathos a Ethos. Nejdříve pro Fio Banku, dále pro Air Bank, Raiffeisenbank ČR, ČSOB a Moneta Money Bank. Přes možné dílčí subjektivní posouzení (ale DP musí autor zpracovávat sám), je to velmi zdařilá aplikační část. Následná výzkumná zpráva prezentuje hlavní výstupy a pod Výsledky nás upozorňuje na tabulky, kde je kvantifikace obsahu sdělení dle stanovených položek. Vzhledem k počtu posuzovaných kampaní není asi zcela adekvátní prezentace položek v procentech a na základě toho verifikace hypotéz. U H2 není jasné, proč je zde ta hranice 97 %, z čeho je odvozená? Podobně H3, předpokládám, že bude objasněno při obhajobě. U tabulky č. 9 na s. 82 nechápu co znamená křížek jako "průměr". Komentáře k odlišnostem reklamních sdělení jsou relevantní. Příloha B opět ukazuje, jak problematické až nevhodné může být použití procent. Vzhledem k určitým problémům v první části teoretické práce a k nevhodnému aplikování základní statistiky v aplikační části se přikláním k hodnocení dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Objasněte stanovení hypotéz H2 a H3.

Jak lépe mohla být prezentována kvantitativní data, využijte své poznatky z předmětu Statistika.

V Plzni, dne 3. 1. 2023

Podpis hodnotitele