

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Olga Jiroušková
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Problematika alkoholu v reklamě
Vedoucí	Prof. PhDr. Pavel Horňák, Ph.D.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	A
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	B
3 Přístup ke konzultacím	15	A
4 Samostatnost při zpracování	10	A
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	A
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	A
7 Metodologická kvalita postupu	20	B
8 Struktura a logika textu	25	A
9 Úroveň teoretické části práce	25	A
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11 Práce se zdroji v textu	25	B
12 Úroveň analytické části práce	25	B
13 Úroveň projektové části práce	25	
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	B
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	
16 Jazyková úroveň práce	10	B
17 Formální úroveň práce	10	A
Celkové hodnocení	1,23	A

Připomínky a hodnocení práce:

Bakalárska práca Olgy Jirouškovej je serióznym pokusom o zmapovanie problematiky propagácie alkoholu v médiách. Zaujímavé informácie sa čitateľ dozvie už v úvodnej teoretickej časti práce, či už ide o históriu alkoholu, jeho propagáciu, ale aj pohľad na problematiku z hľadiska psychológie. Pre ďalší kontext je vhodná aj stručná charakteristika ostatných foriem marketingovej komunikácie vo vzťahu ku kľúčovej oblasti, ale predovšetkým regulácie alkoholu. A to ako v prípade právnych, tak i etických noriem. Za adekvátne považujem aj stanovenie hypotéz. Predovšetkým prvé dve z nich – späťnosť výšky rozpočtu s mierou kreativity, ale aj spájanie alkoholu so zábavou môže byť pre reklamné agentúry inšpirujúce zvlášť. Na základe čiastkového prieskumu KOMUNIKAČNÉHO MIXU (t. j. nielen reklamy) troch sledovaných značiek mohla potom pristúpiť k serióznemu a názornému vyhodnoteniu, resp. overeniu hypotéz. Prácu považujem za prínosnú vo všetkých uvedených oblastiach a považujem ju za výbornú - A.

Otázky k obhajobě:

Ako bude podľa autorky vyzerat' reklama na alkohol v budúcich desaťročiach (formy, prostriedky...)?

Ve Zlíně dne: 18. 5. 2010

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS: A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01