

Hodnocení oponenta diplomové práce

| | |
|-------------------|--|
| Autor práce | Bc. Jiří Petr |
| Název práce | Etické aspekty reklamy na tabákové výrobky |
| Obor/forma studia | MK KS |
| Akademický rok | 2012/2013 |
| Autor posudku | Svatava Navrátilová, Ph.D. |

| Hodnocený parametr | Váha | Hodnocení |
|--|-------------|-----------|
| 1 Naplnění tématu a rozsah práce | 40 | B |
| 2 Nastavení cílů a metod práce | 30 | A |
| 3 Úroveň teoretické části práce | 50 | B |
| 4 Úroveň analytické části práce | 50 | A |
| 5 Úroveň projektové části práce | 50 | C |
| 6 Splnění cíle práce | 60 | B |
| 7 Struktura a logika textu | 40 | B |
| 8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu | 30 | B |
| 9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů | 20 | B |
| 10 Jazyková a formální úroveň práce | 20 | C |
| Návrh hodnocení dle váženého průměru | 1,40 | B |

Připomínky a hodnocení práce:

Autor má k tématu nepochybně velmi blízko, zejména si uvědomuje hlavní rizika úspěšných reklamních strategií a ohrožené cílové skupiny. Práci by prospěla větší pečlivost při rozlišování českého a mezinárodního kontextu tabákové reklamy, což by výkladu přidalo na přehlednosti.

Nastavení cílů práce i analytická část slibovaly zajímavou a podnětnou projektovou část – ta je však z velké části jen shrnutím obecných tendencí a diskutovaných nástrojů regulace a samoregulace tabákové reklamy, navíc v mnohem menším rozsahu, nežli doporučuje metodika diplomových projektů (doporučení: 1/3 rozsahu, zde pouze s. 92–95).

Z formálního hlediska je práce dobře zpracována, autor se však při redakci textu nevyhnul řadě hrubých pravopisných chyb.

Otázky k obhajobě:

1. Na s. 30 konstatujete, že etika a morálka „v zásadě znamenají totéž“. Můžete říci, v čem spočívá rozlišení těchto pojmů v teorii etiky jako filozofické disciplíny (např. podle R. Brázdy, filozofických slovníků nebo jen wikipedie)?
2. Jak je regulován product placement a podprahová reklama v české legislativě, o nichž se zmiňujete v kapitole 3.2 (s. 28)? Uvedl byste v této souvislosti nějaký příklad podprahových reklamních strategií, o nichž se zmiňujete na s. 45?
3. Která doporučení z projektové části považujete za skutečně autorská?

Ve Zlíně dne 10. května 2013

Podpis:

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