

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Zuzana Hábová		
Název práce	Morální aspekty reklam ve vybrané společnosti		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2018/2019
Autor posudku	Mgr. Eva Šíkl Burešová, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
Nastavení cílů a metod práce	40	a
Úroveň teoretické části práce	50	a
Úroveň analytické části práce	50	b
Úroveň projektové části práce	50	
Splnění cíle práce	60	a
Struktura a logika textu	40	a
Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	b
Jazyková a formální úroveň práce	30	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,14	A

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Práce má jasně a precizně formulovaný cíl a logickou strukturu, kdy studentka nejdříve teoreticky vymezí reklamu v kontextu marketingového mixu a poté se již věnuje samotnému vymezení pojmů etiky a morálky v reklamě.
- Teoretická část vyniká jak rozsahem, tak především kvalitou použitých zdrojů.
- Bakalářská práce ukazuje na tvůrčí přístup studentky ke zvolenému tématu i na její zamyšlení nad problematikou morálních aspektů v reklamě u společnosti Home Credit.
- Oceňuji čtivost práce, která je bez vážných stylistických či formálních chyb.

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

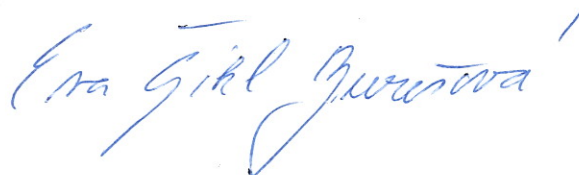
- Rozsah práce je ve formátu spíše diplomového projektu, nicméně vzhledem k úrovni zpracování to není problematické.

Otázky k obhajobě:

- 1) Bylo by přínosné, pokud by pro regulaci reklamy platila jednotná pravidla v celé Evropské unii? Své stanovisko prosím zdůvodněte.
- 2) Měla by podle Vás reklama procházet kontrolou dříve, než bude zveřejněna?
- 3) Jak byste si představovala nejlépe zajistit reklamu z hlediska jejího etického aspektu?

V Praze dne 29. dubna 2019

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