

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Markéta Daňková
Název práce	Estetická funkce reklamy – Obraz ženy v reklamě
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Ing. Lenka Harantová

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	b
2 Nastavení cílů a metod práce	30	c
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	c
5 Úroveň projektové části práce	50	
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	c
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,52	C

Připomínky a hodnocení práce:

Práce splňuje zadání bakalářské práce, má logickou strukturu i provázanost kapitol. Autorka zvolila vhodnou metodiku, avšak výzkumné otázky jsou příliš obecné. Z formálního hlediska autorka špatně označuje tabulky i obrázky a přejmenovala známého autora: P. Pelsmackera na Pelchmackera. V praktické části popisuje autorka adolescenty a období starší dospělosti. Tato podkapitola by však měla být spíše v části teoretické. U kampaně na produkt Fernet Stock autorka uvádí, že reklama získala řadu ocenění, zapomněla však dodat, že byla předložena stížnost Radě pro reklamu ze strany soukromých osob. Ve stížnosti byla označena za urážlivou vůči ženám. Vyhodnocení analýzy reklam z pohledu recipientů je velmi obecné a nepřehledné, chybí zde scénář.

Otázky k obhajobě:

Co je dle vašeho názoru příčinou toho, že ženy se na rozdíl od mužů na svých názorech v rámci výzkumu shodovaly?

Proč jste zařadila mezi vzorky reklamu na Wonderbra, kterou účastníci neměli možnost vidět na rozdíl od ostatních spotů na českých obrazovkách a ani neznali původní verzi od Cadbury.

Jak vnímáte vzhledem k danému tématu reklamní komunikáty, jejichž účelem je promovat domy se sexuálními službami?

Ve Zlíně dne 6.5.2013

Podpis: