

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Hanka Teplá		
Název práce	Marketingová komunikace značky Girls Without Clothes		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2022-2023
Autor posudku	doc. PhDr. Milan Banyár, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
2 Nastavení cílů a metod práce	40	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	b
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,22	A

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Sympatický zájem autorky o zvolenou problematiku, celkový přehled v dané téme a praktické zameranie práce.
- Logická štruktúra práce, jasne formulovaný cieľ a vhodne zvolené výskumné metódy (obsahová analýza komunikácie značky na sociálnych sieťach, dotazníkový prieskum zameraný na cieľovú skupinu spotrebiteľov).
- Dôsledne spracovaná obsahová analýza príspevkov značky GWC podľa jasne nastavených hodnotiacich parametrov.
- Viacero funkčných a kreatívnych návrhov marketingovej stratégie značky GWC, ktoré je možné aplikovať do praxe.

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

- Podkapitola 3.2 a 3.3 (História sexu v reklame v USA, História sexu v reklame v ČR a ČSR) sú podľa môjho názoru v práci redundantné vzhľadom na zameranie témy, v ktorej sa autorka primárne venuje možnostiam využitia sexuálnych apelov v rámci propagácie súčasnej, modernej značky.
- Podkapitola 3.4 *Příklady využití sexu a erotiky v reklamě* - v tejto časti práce nie je zrejmé, podľa akého kľúča autorka vyberala príklady využitia sexu a erotiky v reklame. Vzhľadom na skúmanú tému by bolo vhodnejšie vyberať takéto príklady najmä z kategórie módnych a odevných značiek.
- 8. kapitola *Dotazníkové šetření* – absentuje grafické znázornenie odpovedí respondentov, ktoré by sprehľadnilo interpretáciu výsledkov dotazníkového prieskumu. Pri vyhodnocovaní prieskumu mi taktiež chýba výraznejší osobný autorský interpretačný vklad (nepopisovať iba to, čo tvrdia respondenti, ale skôr sa zamerať na to, čo z toho vyplýva v kontexte skúmanej značky).
- V projektovej časti autorka prezentuje vtipné a kreatívne návrhy kampane, pričom sa opiera o výsledky svojho výskumu, ale túto časť práce by bolo potrebné doplniť o časový plán prípravy a realizácie kampane, orientačný rozpočet, vďaka čomu by ju bolo možné jednoduchšie aplikovať do praxe.

Na základe uvedeného predloženu diplomovú prácu odporúčam k obhajobe a navrhujem hodnotenie A (výborne).

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

Otázky k obhajobě:

- 1.) Na základě čoho ste vybrali príklady kampaní využítia erotiky a sexu v reklame v podkapitole 3.4?
- 2.) Mohli by ste uviesť nejaké konkrétne príklady využítia erotiky a sexu v reklame v oblasti módných a odevných značiek?
- 3.) Vedeli by ste nastaviť časový plán prípravy, realizácie a orientačný rozpočet k Vašej navrhovanej kampani uvedenej v projektovej časti práce?

Ve Zlíně dne 5. 5. 2023

Podpis: