

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE						
Jméno a příjmení studenta	Michaela Rusínová					
Název práce	Gender in advertising – Advertising during 20th century with the intention of gender stereotypes					
Vedoucí práce	Mgr. Josef Piska					
Obor	Anglický jazyk pro manažerskou praxi					
Forma studia	Prezenční					
Kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení dle stupnice ECTS					
Formální stránka práce						
Přehlednost a členění práce						F
Úroveň jazykového zpracování					E	
Dodržení formálních náležitostí (citační norma, formální úprava)						F
Obsahová stránka práce						
Práce s odbornou literaturou						F
Formulace cílů práce					E	
Metodika zpracování výzkumné části (cíl, výzkumný problém, druh výzkumu, vzorek, metody)						F
Analýza dat a splnění cílů práce						F
Interpretace dat a formulace závěrů práce						F
Odborný přínos práce a možnost jejího praktického využití						F
Spolupráce s vedoucím práce						F
Odůvodnění hodnocení práce (silné a slabé stránky práce):						
<p>Bakalářská práce je na velmi slabé úrovni. Studentka téma, které si sama zvolila, vůbec nepochopila a výsledkem je soubor neuspořádaných vlastních a převzatých myšlenek. Velmi nízká je také jazyková úroveň práce. V práci je řada elementárních gramatických chyb (např. členy, chyby v nadpisech, chyba se objevuje již v poděkování, apod.). Studentka také nedodržela předepsanou citační normu – snaží se o implementaci ISO, ale předepsanou je norma The Chicago Manual of Style. Citace na mnoha místech práce zcela chybí (namátkově např. str. 28, 34 – 36, 46 – 52, 58 – 59, 62 – 69). Studentka projevila naprostou neznalost práce s přímými citacemi (celé odstavce, několik odstavců za sebou, „přímé“ citace přeložených českých zdrojů, citace nevhodných zdrojů jako blogy, free encyklopedie, apod.)</p> <p>Práce je obsahově na velmi špatné úrovni. Často se objevuje povrchní popis v kapitolách o jednom odstavci. Studentka dané téma zabírá velmi zešířena, ale vůbec neprohlédla do hloubky dané problematiky. Chronologické řazení v kapitole 7 vůbec nesleduje reálnou časovou osu (první světová válka, druhá světová válka, světová krize ve 30. letech). V kapitolách 3.2.3 – 3.2.5 není rozebíraná problematika lokalizována – není jasné, zda je to v USA nebo ČR.</p> <p>Pokus o definování hypotéz na straně 30 nespojuje s řešeným tématem. Nejsou definovány hypotézy k tématu práce. Druhá definovaná hypotéza není v práci nikde ověřena a první hypotéza (Political and historical events influenced society and development of gender in advertising in Czech Republic and USA) nesplňuje požadavky hypotézy.</p> <p>Řada tvrzení v práci není nijak podložena a jde o jakési zvolání než relevantní argument nebo závěr (např. kap. 7. 3. 2. - It is important to mention pin up girls for one reason. Although female gender is portrayed, this type of advertising was not targeted to women at all. – nikdy nebylo v odborných kruzích řečeno, že Pin-up girls by měly být cíleny na ženy. Tato myšlenka není nikde ani blíže rozpracována, potvrzena nebo vyvrácena). Studentka v práci nepochopila význam slova „stereotypes“. Často zde toto slovo používá ve významu „opakující se“ a nikoliv jako „stereotyp“ (viz. např. 3. 2. 1, druhý odstavec)</p>						

Studentka svoji práci v průběhu psaní vůbec nekonzultovala. První náhled práce byl zaslán dne 26. 4. ve velmi hrubé podobě v několika souborech, ne v předepsané šabloně. Verze, kterou by bylo možné označit jako BP přišla 3. 5. s tím, že termín odevzdání je 7. 5. Práce nesplňuje základní požadavky na bakalářskou práci a jako takovou ji nedoporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

How does the perception of gender stereotypes in advertising differ in the countries mentioned in your work?

You state in your work that „*What is trendy in USA today will be trendy in Czech Republic within few years*“. Why do you think so? What development concerning the use of gender stereotypes in advertising do you expect in the USA and the Czech Republic and why?

Could you give some examples of gender stereotypes in the current advertising campaigns in our country?

Celkové hodnocení*							F
Datum: 24. 5. 2010	Podpis:						

* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce.