

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Nela VACULČÍKOVÁ		
Název práce	Pohádkové bytosti ve vybraných reklamách		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2016/2017
Autor posudku	RNDr. Zuzana Wroblowská, Ph.D.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	b
4 Úroveň analytické části práce	50	c
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	c
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,37	B

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Autorka pracovala s nadstandardním počtem zdrojů, z nichž část byla cizojazyčná.
- Důslednou práci se zdroji, která je vidět také v kapitole kap. 5, považuji za silnou stránku práce.

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

- Zdroje jednotlivých obrázků postrádám pod obrázkem, dostupné jsou až u soupisu obrázků.
- Postrádám zmapování procesu brandingů v části věnované teoretickým východiskům.
- Chybí mi napojení reklamy v praktické části a v zejména v "doporučeních" na úkoly brandingů. Mám za to, že existují dostupné studie a již realizované výzkumy, které mohly být analyzovány před primárním šetřením a využity k interpretaci zjištění, zaměřené na líbivost reklam a naplňování marketingových cílů reklam se silným emočním nábojem.
- Mám za to, že počet respondentů je nízký, byť se jedná o kvalitativní metodologii.
- Není standardní vyjadřovat u takto nízkých počtů respondentů relativní četnost odpovědí.

Otázky k obhajobě:

- Jaké cíle obecně má naplnit plošná komunikace značky?
- Jak lze hodnotit z pozice "vlastníka značky" výsledek Vašeho šetření pro produkt laptop?
- Jak byste vyjádřila alternativně a podrobněji, že reklama dotazovanou osobu "zasáhla"?

Ve Zlíně dne 11. 5. 2017

Podpis:

