

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Michaela Kottová	
Název práce	Rozdíl ve vnímání FoMO efektu v reklamě mezi generacemi X a Z	
Autor posudku	Tomáš Ondráček	2024/25

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	A
2 Nastavení cílů a metod práce	40	B
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	C
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	C
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	A
Výsledné hodnocení	1,53	C

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

Teoretická část práce obsahuje nadbytečné kapitoly (třeba část 2.3, s. 24, která představuje model, který není ani důležitý pro pochopení tématu a ani s ním dále nepracuje v textu). Na druhé straně chybí některá vysvětlení spolu se zdůvodněním, proč např. chápat sociální důraz (s. 26) jako příklad FoMO. Zdá se totiž, že by tak za využívající FoMO mohla být chápána jakákoli marketingová strategie. Obdobně je tomu s chápáním emočního apelu v praktické části práce (např. s. 40).

V seznamu zdrojů chybí některé, které jsou odkazovány v textu (např. Tahal 2017).

Nejsou jasně vysvětlená kritéria pro konkrétní volbu vzorku (s. 36–37). Proč právě vysokoškolsky vzdělaní nebo vzdělávání lidé?

Výzkumná metoda, rozhovory, je pro dané téma adekvátní, ale není vhodná pro hodnocení účinnosti, resp. ne v podobě, v jaké je v práci provedena.

Celkově se jedná o práci, která je dobrou na úrovni bakalářské práce, ale má mnoho metodických rezerv k tomu, aby poskytovala dobře zdůvodněné výsledky.

Otázky k obhajobě:

- Jak gamifikace v reklamě vyvolává FoMO efekt? (Viz s. 49.)
- Co je přirozený výběr? (Viz s. 52.) Jak byla zachycena různorodost při výběru vzorku? (Viz s. 53.)
- Je každý emoční apel spojen s FoMO? Proč? Vysvětlete. Pokud ne, ukažte příklad emočního apelu, který s FoMO spojen není a srovnajte ho s Vámi užitými ukázkami.
- Jak byla operacionalizována účinnost reklamy?

V Brně dne 05. 05. 2025

Podpis: