

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do označených políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce

Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Jméno a příjmení: Hnátková Petra

Název práce Marketing v online herním prostředí cílený na děti

Autor/ka posudku

Jméno a příjmení: Jana Rosenfeldová

Pracoviště: IKSŽ

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce odpovídá schváleným tezím.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	A
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálů	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	C

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Bakalářská práce si klade za cíl zanalyzovat, jak děti chápou a vnímají marketing v online herním prostředí, specificky se pak soustředí na dvě online hry – Roblox a Fortnite. V teoretické části autorka vymezuje související koncepty, zejména pak marketing v prostředí online her a vnímání reklamy dětmi. Trochu nestandardní je zmínění části rešerše výzkumů na obdobná témata poprvé až v metodologické části. Samotná metodologie práce je ovšem popsána důsledně, a to včetně etických aspektů výzkumu. Výsledky jsou prezentovány přehledně, ale vzhledem ke způsobu vyhodnocení dotazníku nemusel být v rámci prezentace výsledků kladem takový důraz na faktory ovlivňující schopnost rozpoznat reklamu v online hrách (u věku je závislost poměrně jasná, nicméně u dalších proměnných nejsou výsledky tak přesvědčivé a bylo by dobré tyto závislosti ověřit statistickými metodami). Závěrečná diskuse možná až příliš podrobně shrnuje již dříve odprezentované výsledky výzkumu, namísto jejich důslednější interpretace v kontextu prezentovaného teoretického rámce. Navíc v podstatě totéž se pak zkráceně opakuje potřetí v závěru práce.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
3.3	Dodržení citační normy (Pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotíte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění,	B

	nedoporučíte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhnete, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (Pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F.)	C
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Po formální stránce má práce solidní úroveň, občas se vyskytují chyby a různé typografické nepřesnosti. Při odkazování v textu se tečka píše až za závorkou se zdrojem.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Autorka si zvolila aktuální a doposud ne příliš probádané, a tedy důležité téma – marketingovou komunikaci v online hrách určených pro děti. Její zjištění v zásadě odpovídají tomu, o čem hovoří autoři dalších, obdobných výzkumů, tedy že schopnost rozpoznat reklamu je obzvlášť u mladších dětí velmi omezená. Všechny části práce jsou zpracovány solidně, autorka prokázala schopnost samostatně nadesignovat výzkum a splnit tak v práci stanovené cíle. Vzhledem k výše uvedeným výtkám navrhuji práci hodnotit mezi stupni B a C, v závislosti na průběhu obhajoby.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT

5.1	Jakými konkrétními kroky by mohla být vylepšena schopnost dětí rozpoznávat reklamu v analyzovaných obsazích?
5.2	V čem se prostředí videoher liší od jiné reklamy, například na sociálních sítích, resp. proč není možné aplikovat výsledky takových výzkumů i na videohry (jinak řečeno, prosím o obhájení nutnosti realizovaného výzkumu).
5.3	

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	Ve shodných částech se jedná o součásti šablony práce nebo řádně citované pasáže.
-----	---

7. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Click or tap here to enter text.

Datum: 12. 6. 2024

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF, nebo jej zašlete sekretářce příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu.