

Posudek bakalářské/magisterské diplomové práce

Student: Michaela WOLFOVÁ

Obor: ČJ - SV

Název práce v českém jazyce: Apely v reklamních textech

Název práce v anglickém jazyce: Challenges in Promotional Texts

Vedoucí práce: PhDr. Ladislav Janovec, Ph.D.

Oponent práce: PhDr. Radka Holanová, Ph.D.

Typ posudku: oponentský

1 - HODNOCENÍ OBSAHU PRÁCE

	Kritérium	Hodnocení (A-D)
1.1	Adekvátnost stanovených cílů a volba metodologie	C
1.2	Relativní úplnost zpracované sekundární literatury	B-C
1.3	Porozumění zdrojům a schopnost pracovat s nimi	B
1.4	Volba vhodné techniky zpracování materiálu a její zvládnutí	B-C
1.5	Interpretace výsledků	C
1.6	Struktura práce, vyváženost jednotlivých částí	B-C
1.7	Logičnost výkladu	B-C
1.8	Přínos práce, dosažení cílů a validita závěrů	C

Slovní komentář:

Práce obsahuje věcné chyby, např. self-sell místo soft-sell, s. 20. Analyzovaný materiál a způsob jeho zpracování je popsán až v závěru, a to velmi stručně.

V některých místech je patrné nelogické řazení informací do kapitol, ocenila bych propracovanější strukturu práce.

Závěr je příliš formální a neobsahuje zobecnění či aplikaci zjištěných výsledků.

2 - HODNOCENÍ FORMÁLNÍCH NÁLEŽITOSTÍ PRÁCE

	Kritérium	Hodnocení (A-D)
2.1	Adekvátnost horizontálního členění textu	B
2.2	Funkčnost odkazů a poznámkového aparátu	D
2.3	Dodržení citační normy	D
2.4	Dodržení stylové normy	B-C
2.5	Dodržení morfologické normy a pravopisné kodifikace	B-C

Slovní komentář:

Práce obsahuje nesmírné množství grafických nedostatků, překlepů, chybějících mezer (včetně titulní strany a anglické anotace, vyznačeno v textu), interpunkční a morfologické chyby (s. 26, 36, 39, 53 aj.), stylizační nedostatky (s. 35 aj.).

Odkazy ke zdrojům nejsou dle normy (např. s. 10, s. 13), citace nejsou formálně sjednocené (např. s. 11, 12, 22, s. 25 x 28, pozn. pod čarou č. 1, 8, 88 atd.) a obsahují věcné chyby (např. Světla Čmejková, nikoli Světлана, s. 28 aj.).

Seznam použité literatury je po formální stránce zcela nevyhovující, není sjednocený, upravený, působí velmi odbytě. Některé zdroje uvedené v textu nejsou v seznamu literatury (např. s. 22, 26, 39). Odkazy (zejm. na internetové zdroje) jsou zcela nefunkční, neobsahují např. jméno autora či název článku, nejsou formálně sjednocené (např. pozn. pod čarou č. 20, 21, 22 atd.). Ani způsob citování reklam a uvedení propagovaného produktu nejsou sjednocené (někdy v poznámce pod čarou, jindy nikoli).

Mnohdy chybí zdroje citací úplně, např. s. 12, 13, 21, 29 aj.

3 - SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE

Práci doporučuji k obhajobě, přestože se zejména z formálního hlediska jedná o práci hraniční.

Práci doporučuji k obhajobě.

4 - OTÁZKY A NÁMĚTY PRO OBHAJOBU

4.1	S. 25: Jak autorka stanovila 9 nejvíce propagovaných hodnot?
4.2	S. 28: Jak souvisí síla osobní výpovědi se zařazením do kapitoly Hodnota peněz?
4.3	S. 29: Jak souvisí performativní výpovědi (a vybrané ukázky) s kapitolou Hodnota peněz?
4.4	S. 35: Proč autorka vymezila kap. 10.1.1. dle produktu, nikoli podle hodnot či persv. prostředků jako jinde?
4.5	S. 42: Domnívám se, že z některých členství v klubu plynou i skutečné výhody pro spotřebitele.
4.6	S. 47: „V předešlé kapitola / <i>Limitovaná edice – do vyprodání zásob, vložila R. H.</i> / byl vyvíjen tlak na adresáta, aby produkt koupil do určitého data...“ Prosím autorku, aby tento výrok vysvětlila.
4.7.	Jaký je rozdíl mezi kap. 11.4. a 10.1.3? A jaký mezi kap. 11.3. a 11.6.?
4.8	Prosím autorku, aby opravila interpunkční chyby v reklamě na Granko Orion (s. 54-55), pokud nejsou součástí originálního psaného reklamního textu.
4.9	Nerozumím koncepci kapitol. Proč je např. Hra s jazykem (12.1.3.) zařazena do kap. Hodnoty zdraví (12)? Jiné hodnoty hry s jazykem nevyužívají?
4.10	Z jakého důvodu zařadila autorka kap. 12.2.1. (Bezpečnost silničního provozu v sociální reklamě)? Působí to nesystematicky.
4.11	Cílem sociální reklamy může být i hmotný zisk. (s. 59).
4.12	Mají zjištěná fakta nějaké využití?

5 - NAVRHOVANÁ KLASIFIKACE PRÁCE

Datum: 20. 5. 2013

Podpis:

