

## Posudek

vedoucího  oponenta  
 diplomové  bakalářské práce

Autor/Autorka:

LUCIA QUITTNEROVÁ

Název práce:

GEOMETRIA V REKLAMĚ

Jméno vedoucího/opponenta:

PHDr. ALENA ŠAROUNOVÁ, CSc.

Matematická úroveň:

vynikající  velmi dobrá  průměrná  podprůměrná  nevyhovující

Grafická, jazyková a formální úroveň:

vynikající  velmi dobrá  průměrná  podprůměrná  nevyhovující

Výsledky:

originální  původní i převzaté  netriviální kompilace  citované z literatury  opsané

Použité metody:

nestandardní  standardní  obojí

Aplikovatelnost:

přínos pro teorii  přínos pro praxi  přínos pro praxi i teorii  bez přínosu  nedovedu posoudit

Věcné chyby:

téměř žádné  vzhledem k rozsahu a pojednávanému tématu přiměřený počet  méně podstatné četné  závažné

Tiskové chyby:

téměř žádné  vzhledem k rozsahu a pojednávanému tématu přiměřený počet  četné

Celková úroveň práce:

vynikající  velmi dobrá  průměrná  podprůměrná  nevyhovující

Práci

doporučuji  nedoporučuji

uznat jako ~~diplomovou~~ bakalářskou. Návrh klasifikace přikládám na zvláštním papíru.

Připomínky a vyjádření vedoucího/opponenta:

Práce byla sepsána pro polehky datového vyhledávání učitelů, proto všichni (nejen učitelé matematiky) by měli být sepsáním s výhodami a nehespěním graficky měba, které se děly PC upínají stále obsluží. Je třeba oblast přínosů.

Místo, datum, podpis vedoucího/opponenta:

Brno, 20.8.2006  
Alena Šarounová

Jde o podstatu o velmi kvalitní učební text srozumitelný nejen matematikům.

Práce reprezentuje MFF UK spolu s dalšími výjevy ve mezinárodním kole SVOL.

## Posouzení práce Lucie Quittnerové GEOMETRIE V REKLAMĚ

Práce se zabývá grafickým znázorňováním daných dat či vztahů, tvorbou grafů, diagramů a jiných druhů grafické komunikace, užívaných v tisku, televizi a reklamě. Úkolem posluchačky bylo sepsání textu, který by mohl sloužit nejen našim posluchačům, ale též jako materiál vhodný k dalšímu vzdělávání učitelů (nejen matematiky) v praxi. Informace v grafické podobě se na nás řítí ze všech stran, ale nikde nejsou lidé soustavně poučováni, jak jim rozumět, jak správně podobných prostředků používat a jak odhalit různé "grafické triky", jichž využívá reklama k manipulaci s veřejným míněním.

V práci prokázala posluchačka značnou samostatnost a vytvořila skutečně čtivou a přitom i odborně kvalitní studii na dané téma. Rozhodně počítám s jejím využitím na letních školách učitelů matematiky.

Vedoucí práce Alena Šarounová

*namalují hodnotil vyhlavně.*

Praha, 20.8. 2006