

**UNIVERZITA KARLOVA**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!**

**Typ posudku** („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce  Posudek oponenta/ky

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Albina Matusových

**Název práce:** Komparativní analýza komunikace producentů dětského zboží

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Báča Ladislav

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 type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/>                               | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>    |
| 1.2 | Technika práce  | <input type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/>                               | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>    |
| 1.3 | Struktura práce | <input type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/>                               | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>    |

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

V průběhu práce se částečně měnil obsah práce, což ale mělo svoje opodstatnění ve zpřesňování praktické části. Vlastní téma je velmi aktuální v současné době a autorka v průběhu zpracovávala nejnovější poznatky a informace.

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

|     |   | Hodnocení písmenem |
|-----|---|--------------------|
| 2.1 | Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu | D                  |
| 2.2 | Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat    | C                  |
| 2.3 | Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu             | C                  |
| 2.4 | Logičnost výkladu, podloženost závěrů                       | D                  |

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

V práci se projevuje určitá výrazová nekonzistence - kupř. v Kapitole 1.4 se hovoří nejprve o "funkcích reklamy" ale posléze se používá termín "typy reklamy". Vedle toho je třeba ocenit praktickou část, která doplňuje současný diskurz o dětské reklamě o pohled rodičů.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

|     |   | Hodnocení písmenem |
|-----|---|--------------------|
| 3.1 | Struktura práce   | D                  |
| 3.2 | Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů   | C                  |
| 3.3 | Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.) | C                  |
| 3.4 | Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná   | D                  |

|     |  |   |
|-----|--|---|
|     | kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)   |   |
| 3.5 | Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce | B |

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Praktická část má mnohem ucelenější charakter. Vzhledem k množství příspěvků ze v současnosti probíhajícího diskurzu autorka ještě vybrala přiměřené množství. I tak by obzvláště kapitole Dětská reklama prospěla větší strukturovanost.

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

Autorka si zvolila velmi důležité téma v oblasti marketingové komunikace, které je předmětem poměrně intenzivní diskuse v odborné veřejnosti. Na velmi slušné úrovni zvládla teoretickou část (především kapitulu Marketingová komunikace). Kapitole Dětská reklama a Regulace reklamy bych vytkl nižší strukturovanost a přehlednost. Jinak ale informace v nich obsažené dostatečně popisují základní rámec. Ve výzkumné části jsou přiměřeně použity techniky výzkumu. Cenným výstupem je zjištění jaké marketingově-přesvědčovací techniky jsou schopni rodiče identifikovat v reklamních spotech a jak je hodnotí z hlediska jejich vlivu na dítě nebo děti.

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

|     |  |
|-----|--|
| 5.1 | Proč je právě v případě dětské reklamy tak důležité zahájení TV vysílání a vysílání specializovaných pořadů pro děti (kupř. vámi zmiňovaný Mickey Mouse Club)? |
| 5.2 |  |

**6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNICENÍ PRÁCE** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně)  B  C  D  E  F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 7.6.2018

Podpis: .....

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