

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Martina Bernardová

Název práce: Využití sportovců v televizních reklamách v ČR

Cíl práce: Hlavním cílem práce této bakalářské práce je prostřednictvím kvalitativních metod zjistit vnímání a názory vybraných spotřebitelů na účinkování současných či bývalých sportovců v televizních reklamách.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Velmi dobře
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Bakalářská práce je zpracována na 69 stranách (bez příloh), obsahuje 8 tabulek, 8 obrázků a 3 grafy.

Stupeň splnění cíle práce

Cíl bakalářské práce, který spočívá ve zjištění, jak spotřebitelé vnímají využití sportovců v televizní reklamě a které typy produktů jsou vnímány jako vhodné pro spojení se sportovcem, byl splněn.

Samostatnost při zpracování tématu

Autorka svou bakalářskou práci zpracovala z větší části samostatně, přičemž některá doporučení a nejasnosti vyřídila na základě pokynů vedoucího.

Logická stavba práce

Bakalářská práce má jasnou logickou strukturu vzhledem ke stanovenému tématu a zaměření.

Práce s literaturou – citace, vlastní komentář

Autorka pracuje s velkým množstvím literárních zdrojů, za vyzdvižení stojí 40 použitých citací, z nichž je 12 cizojazyčných, 3 zákony. Uvedené citace jsou vhodně komentované či obsahují shrnutí na základě vlastního stanoviska autorky, např. s. 15. Nicméně objevují se zde i pasáže, které by mohly být více obohaceny o autorčin pohled na zkoumanou problematiku či o příklady z praxe, např. s. 24 více rozvést, obohatit o své vlastní zhodnocení a stanovisko na vybranou problematiku.

Adekvátnost použitých metod

V bakalářské práci je využito tří na sebe navazujících kvalitativních metod. První využitou metodou je individuální hloubkový rozhovor. Pro účely výzkumu byly vytvořeny dvě verze hloubkového dotazování. První verze posloužila pro získání vlastních názorů vybraných respondentů na reklamy, v nichž účinkují sportovci. Na tyto rozhovory navazuje skupinová diskuze sestavená z těch samých respondentů, jako se účastnilo úvodního rozhovoru. Vybraná skupina se skládá ze sedmi členů, kteří spadají do generace Y. Vzorek sedmi respondentů ve věku 24 až 38 let se jeví jako adekvátní k získání požadovaných informací nezbytných k dosažení cíle výzkumu. Autorka uvádí, že třetí výzkumnou metodou je hloubkový rozhovor se sportovci, kteří účinkovali v televizní reklamě. Nicméně toto interview bylo

uskutečněno jen s jednou osobou, se sportovcem hrajícím nejvyšší basketbalovou soutěž v ČR, s Ondřejem Kohoutem. Získané informace byly důkladně analyzovány. Ve volbě metodik se BP jeví jako nadprůměrná.

Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta

Kapitola 5 *Výsledky marketingového výzkumu* je zpracována přehledně. Autorka metodou doslovné transkripce zveřejnila výsledky hloubkových rozhovorů, navíc každý rozhovor shrnula pro vyšší přehlednost do tabulky. Závěrem této kapitoly je uvedeno celkové vyhodnocení hloubkových rozhovorů se zaměřením se na televizní reklamu, sportovci v reklamě a konkrétní televizní kampaně.

Výsledky diskuzní skupiny doplněné o fotografie osvětlující reklamu, na kterou byli respondenti dotazováni, byly uvedeny prostřednictvím metody shrnujícího protokolu. Metodou shrnujícího protokolu je řešen zároveň závěrečný rozhovor. Kapitola 5 obsahuje celkové závěry plynoucí z uskutečněného výzkumu. Kapitola 6 *Doporučení na základě výsledků* vychází z kapitoly 5 a díky rozboru a vyhodnocení jednotlivých částí výzkumu bylo vytvořeno několik návrhů na zlepšení.

V kapitole 7 *Diskuze* je zhodnocen postup realizace sběru informací ke stanovené problematice. Veškerá zjištění jsou vysvětlena srozumitelnou formou. Autorka v bakalářské práci, po důkladném zhodnocení zjištěných dat, vyvozuje praktická a realizovatelná doporučení pro zlepšení vnímání a názorů respondentů na účinkování sportovních celebrit v televizní reklamě. Praktická využitelnost získaných informací se jeví jako nadprůměrná.

Úprava práce: text, grafy, tabulky

Stylistická úroveň, jazyk

Úprava práce a stylistická úroveň je zdařilá. Více v připomínkách.

Celkově lze říci, že autorka splňuje realizaci zvoleného tématu a nároky kladené na zpracování bakalářské práce.

Připomínky:

Překlepy, chybná slovní spojení, pravopisné chyby:

s. 25 – Sportovní celebrity se však začali krystalizovat ...

s. 36 - ... části výzkumu je využito ... - odskočení na další řádku

Otázky k obhajobě:

Autorka uvádí, že třetí výzkumnou metodou je hloubkový rozhovor se sportovci, kteří účinkovali v televizní reklamě. Toto interview však bylo uskutečněno jen s jednou osobou, se sportovcem hrajícím nejvyšší basketbalovou soutěž v ČR, s Ondřejem Kohoutem. Z jakého důvodu jste se nakonec přiklonila k rozhovoru s jednou osobou? S jakou další sportovní celebritou byste toto interview ráda vedla a z jakého důvodu?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň:

Výborně nebo velmi dobře na základě obhajoby.

V Praze dne 14.5.2017

.....
Mgr. Markéta Pecinová