

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Monika Líbalová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Reklama s cílovou skupinou rodina před dvaceti lety a dnes
Vedoucí/oponent práce	Prof. PhDr. Pavel Horňák, Ph.D.

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	A
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	A
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	A
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	A
7 Metodologická kvalita postupu	20	B
8 Struktura a logika textu	25	A
9 Úroveň teoretické části práce	25	A
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11 Práce se zdroji v textu	25	A
12 Úroveň analytické části práce	25	B
13 Úroveň projektové části práce	25	
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	
16 Jazyková úroveň práce	10	A
17 Formální úroveň práce	10	A
Celkové hodnocení	1,18	A

Bakalářská práce Moniky Líbalovej je velmi zajímavou a podnetnou štúdiou usilujúcou o zmapovanie problematiky rodiny v kontexte s reklamou v dvoch odlišných spoločenských zriadeniach. Aktuálne teoretické informácie miestami prechádzajú do sekundárnej analýzy, čo vonkoncom nie je na škodu vecí. Na ne nadväzuje komparácia tlačovej reklamy v rokoch socializmu a súčasného trhového hospodárstva. Napriek skromnej vzorke – jednému printovému médiu sa jej podarilo zaujímavo ale aj relatívne spoľahlivo overiť stanovené hypotézy. Má vhodne zvolenú štruktúru, sympatický odborný štýl, používa logickú argumentáciu faktami, na základe čoho v kontexte so stále aktuálnou témou rodiny hodnotím jej prácu ako výbornú – A.

Otázky k obhajobě:

- 1) Otázka – Sú zmeny v obraze rodiny pred 20 rokmi a teraz spôsobené len zmenou spoločenského systému? Alebo sa obraz zmenil v priebehu rokov aj v krajinách Západu?
- 2) Otázka – Ktorý produkt si podľa Vás vyžaduje najviac zobrazenie viacerých členov rodiny v médiách?
- 3) Otázka – Je možné na základe Vášho prieskumu určiť aj pozitívne stránky reklamy v socialistickom zriadení, resp. opozitne – negatívne v zriadení súčasnom?
- 4) Majú návštevy rodín v hypermarketoch aj svoje pozitívne stránky?

Ve Zlíně dne: 18.5.2010

.....
Podpis hodnotitele práce