

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Oksana Mytcyk		
Název práce	Sociální reklama a sociální marketing		
Obor/forma studia	MK PS/KS	Rok	2022-2023
Autor posudku	doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	d
2 Nastavení cílů a metod práce	40	f
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	d
5 Úroveň projektové části práce	50	f
6 Splnění cíle práce	60	f
7 Struktura a logika textu	40	d
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	c
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	d
Návrh hodnocení dle váženého průměru	3,73	FX

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Zajímavé téma

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Literární rešerše nemá jednotnou linii, chybí provázanost jednotlivých kapitol.
- Literární rešerše v některých případech neodpovídá pravidlům vztahujícím k citování literatury, na str. 17 je citován zdroj v rozsahu cca půl strany, což je z hlediska úrovně literární rešerše kritické, na str. 18 chybí zdroj literatury pro proces tvorby reklamy, rovněž na str. 30, kdy diplomantka prezentuje zásady komunikace při mimořádné situaci.
- Diplomantka nevyužila 4 z 5 základních zdrojů literatury, které má uvedeny v zadání.
- Diplomová práce neobsahuje kapitolu Metodika práce, nejsou vymezeny cíle a metody zpracování práce, nejsou nastavena jasná a měřitelná, objektivní kritéria.
- Kapitola 4 postrádá zdroje pro získání informací.
- Není zřejmé, jakým způsobem byly vybírány reklamy do analýzy.
- V analýze dochází v některých případech k odklonu od tématu, kterým je sociální reklama a sociální marketing. Diplomantka uvádí reklamy, které nejsou součástí sociálního marketingu – např. str. 51 a 52 Airbank - kampaň „Jsme úplně online“.
- Kapitola 5.6 Analýza není analýzou. Není zřejmé, jaké metody analýzy byly v diplomové práci využity, jaká kritéria hodnocení diplomantka zohlednila.
- Diplomová práce postrádá splnění části 1. bodu zadání práce (formulujte výzkumné otázky a cíle práce) a splnění 3. bodu zadání práce.

Otázky k obhajobě:

- Uveďte hlavní cíl a metody zpracování práce.
- Jak jste prováděla analýzu? Jaké metody analýzy jste ve své práci využila?
- Uveďte hlavní nástroje a strategie, které firmy v rámci své sociální reklamy využívají (viz 3. bod zadání) a hlavní zásady chování při plánování a realizaci kampaní, které může firma uplatnit v období krize (viz úkol stanovený v anotaci práce).

Ve Zlíně dne 11. 5. 2023

Podpis:

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01