

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Účinnost zapojení symbolů do marketingové komunikace

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Vokálová Petra

Oponent práce: Ing. Olga Kutnohorská, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využité pasivně, věcně správně citované	X
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Autorka si v bakalářské práci klade za cíl zjistit a zhodnotit, jaká je účinnost zapojení symbolů do marketingové komunikace. Teoretická část práce se zabývá symboly, sémiotikou a sémiotickou analýzou, zapojením symbolů do marketingové komunikace a v poslední části také spotřebním chováním. Rešerše čerpá z mnoha zdrojů, literární zdroje jsou však ne vždy správně citovány. V kapitole „Metodika práce“ je vysvětlena tvorba dotazníku a výběr vzorku, není mi však zcela jasné, co znamená věkové rozmezí respondentů 18-50+ (viz str. 13). Přes podrobně rozepsané dílčí počty není v této části možné jednoduše nalézt celkový počet vyplněných dotazníků zařazených do konečného zpracování. Také zde chybí vysvětlení, jakým způsobem byly vybírány alternativy odpovědí do uzavřených a polouzavřených otázek (např. otázky 1, 11). V praktické části je vyhodnoceno kvantitativní šetření. Autorka zde předkládá výsledky po jednotlivých otázkách, vyhodnocení je vhodně doplněno grafy. Domnívám se, že by bylo vhodné u každé otázky uvádět nejen relativní, ale i absolutní počty respondentů, kteří na otázku odpověděli – díky absenci absolutních počtů působí vyhodnocení občas zmatečně – viz např. komentář k otázce 3 – „Respondenti ve věkové hranici 50 a více let nemají v tomto výzkumném šetření žádné zastoupení, z toho důvodu nejsou zaneseni do výše zpracované tabulky.“, který navíc koliduje s větou ze Závěru práce „Oslovení respondenti, podílející se na výzkumném šetření, zodpověděli všechny jim položené otázky.“ (viz str. 39). Také chybí zmínka, zda bylo možné volit jednu nebo více odpovědí. Otázka 9 je zdvojená. Oceňuji množství relevantních příloh, které jsou součástí práce. Formální úprava práce je diskutabilní, např. číslování nadpisů je nesourodé (občas s tečkou na konci, občas bez ní). V práci se nachází značné množství gramatických chyb, což silně snižuje její hodnotu.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Z jakého důvodu jste při výzkumu zkombinovala tři způsoby získávání odpovědí?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Konkretizujte, jak byla prostřednictvím pilotní studie prověřena reliabilita a validita odpovědí (viz str. 14)?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak si vysvětlujete rozpor mezi tvrzením v teoretické části „Hudba je snadněji zapamatovatelná než slogan či text a dokáže být často přesvědčivější.“ (viz str. 11) a výsledkem Vašeho výzkumu „Stále častěji je možné se v reklamních sděleních setkat se zpívaným textem. Tato snaha oslovit se zamlouvá jak ženám a to téměř z jedné třetiny všech oslovených žen, tak 19,4 % oslovených mužů. Ovšem negativní emoce a názory převládají.“ (viz str. 39)?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	
	dobře	X
	nevyhovující	

Datum: 10.01.2016

Podpis oponenta práce