

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Regulace reklamy na sociálních sítích

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Daňková Michaela

**Vedoucí práce:** JUDr. Mgr. Barbora Vlachová

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

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Diplomová práce se zabývá velmi aktuálním tématem, a to regulací reklamy na sociálních sítích, neboť sociální sítě se stávají jednou z nejdůležitějších platforem pro umístění reklamních sdělení. Studentka zejména provedla vlastní šetření a dále analyzovala zejména legislativní stav regulace reklamy na sociálních sítích. Práce je kvalitní z jazykového i věcného hlediska. Lze pozitivně hodnotit i provedení rozhovorů s influencery a doplnění o obrazový materiál. Studentka zejména doporučuje zřízení samostatného úřadu, který by dozoroval nad reklamou na sociálních sítích. Autorka dále upozorňuje zejména skutečnost, že ne vždy je reklama na sociálních sítích přiznána.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Z jakého důvodu studentka doporučuje zřízení samostatného dohledového úřadu? V jakém směru jsou podle ní nedostatečné kontrolní pravomoci jiných dohledových orgánů?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak studentka hodnotí kvalitu legislativní úpravy reklamy, popř. kde vidí její mezery?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Je dle studentky v zahraničí kvalitnější legislativní úprava reklamy?

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 08.10.2023

\_\_\_\_\_  
Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz