



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Hladíková Alena

**Název práce:** Vliv hudby v reklamě a její působení na vybrané cílové skupiny

**Autor posudku:** PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

**Cíl práce:** Průzkum vlivu hudby v reklamě u diváků z různých segmentů populace

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	1	2	3	4
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Dílejší připomínky a náměty:

Bakalářská práce je soustředěna na aktuální oblast marketingu - vliv hudby na zákazníka různých vzorků populace při reklamním sdělení, především sdělení televizním.

Teoretická část přehledně charakterizuje teorie marketingu, principy reklamního úsilí a přibližuje význam vlivu hudby na chování člověka.

V části praktické je provedena analýza dotazníkového šetření. Studentka zkoumá, zda hudba použitá v reklamě souvisí s hudbou, kterou určitá věková skupina nejčastěji poslouchá. V závěru práce je vysvětleno, jaká hudba je vhodná pro různé cílové skupiny,

jak lidé vnímají spojitost hudby s produktem v reklamě, a zda je hudba v reklamním sdělení považována za důležitou.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Studie předkládá teoretické prameny z oblasti marketingu a reklamy. Použité tištěné i internetové zdroje jsou řádně citovány.

Je zde provedena konkrétní analýza výzkumu u 93 osob dle jednotlivých věkových kategorií. Je zjištěna preference různých hudebních žánrů. Výsledky jsou náležitě interpretovány a doloženy fotodokumentací.

Ve studii postrádám přehledné porovnání výsledků analýzy se současnými výzkumy z oblasti hudební psychologie - autorka pouze stručně zmiňuje výzkumy Hevnerové a Behrense, bez patřičné hlubší analýzy.

Práce splňuje po stránce formální i obsahové náležitá kritéria, cíl práce je tak naplněn.

**Práci doporučuji k obhajobě.**

### **Otázky pro diskusi:**

1. Mohla by autorka při své obhajobě sdělit, jak budou výsledky studie využity v marketingové praxi ? (dle str. 55)

2. Autorka uvádí, že lidé od 16 do 24 let preferují styl hudby pop, rock a dance. Jak lze využít spojení těchto hudebních žánrů s reklamou v jiné mediální komunikaci, kromě zmíněné televizní?

**Navržená výsledná známka: velmi dobře**

**V Hradci Králové, dne 20.5.2015**

---

**podpis**