

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Reklama se sexistickými prvky a její vnímání u dvou generací

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Mitařová Lucia

**Oponent práce:** Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

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

# 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:

Absence statistického hodnocení odpovědí neumožňuje oponentovi souhlasit se závěry autorky. Absence citací ze zahraničních vědeckých časopisů omezuje autorce vnímání zadaného tématu. Například vedoucí práce objednal sexismus, autorka dodala erotiku a neemocionalitu na zobrazovaných reklamách a respondenti mluvili o nahotě.

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

Jak souvisí typ reklamy erotická a neemocionální? Proč nebyla použita měřitelná sensorika, hedonika? Jak byla měřena emocionalita?

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

Jak souvisí sexismus se senzualitou a intimitou?

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

Proč jsou otázky, charakteristiky respondentů, metodika a citace roztroušeny opakovaně po celé práci?

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Proč byla ze všech cílených vlivů reklamy hodnocena jen líbivost? Proč nebyly použity validované otázky? Doložte závěr "Výsledek poukazuje na vysoký potenciál erotické reklamy udržet se v paměti recipientů, i když se jim tato reklama nemusí tolik líbit"

<b>Klasifikace</b>	výborně	
	velmi dobře	
	dobře	<b>X</b>
	nevyhovující	

Datum: 15.09.2016

Podpis oponenta práce