



POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tomáš Vlček
Název práce: Psychologie v marketingu
Autor posudku: prof. PhDr. Marek Franěk, CSc., Ph.D.
Cíl práce: Teoreticky pojednat o možnostech využití psychologie v marketingu a provést vlastní výzkum v této oblasti.

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce je původní

Dílčí připomínky a náměty:

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část je obsáhlá a pokrývá všechny relevantní problémy, které se řeší v praktické části. Je dobře formulována a teoretické principy jsou mnohdy vhodně ilustrovány praktickými příklady. Praktická část je založena na dotazníkovém průzkumu. Kromě běžných otázek týkající se vztahu k reklamě se výzkum zaměřil především na vnímání erotických prvků v reklamě a na dosti kritizovaný jev sexistické reklamy. Data byla zpracována metodami deskriptivní statistiky, které pro potřeby BP zcela dostačují a vhodně ilustrují autorova zjištění. Významný výsledek práce je to, že sexistická reklama sice není v daném vzorku respondentů zcela zavrhována, ale má malou sílu přesvědčit o potřebnosti nákupu daného zboží.

Otázky k obhajobě:

V závěru práce uvažujete o využití metody eye-tracking, která by umožnila registrovat, jakým částem reklamy je věnována největší pozornost. Máte povědomí o nějakých výzkumech, které by se věnovaly vnímání erotických prvků v reklamě?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradci Králové, dne 13. května 2020



podpis