POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce:: Etické aspekty marketingové komunikace a jejich vliv na vnímání značky

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Hánová Kristýna

Oponent práce: Doc. Ing. Marie Bohatá, CSc.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	

Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	

Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	X
	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	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	

Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:
Praktická část práce se zabývá dílčím cílem, nikoliv cílem hlavním. Rovněž doporučení se týkají dílčího cíle (reklamy), nikoliv marketingové komunikace. Pojetí etiky je poněkud zjednodušené a etické otázky jsou vpodstatě ztotožněny se zásadami Rady pro reklamu.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:
Dokáže autorka zformulovat z vlastního dotazníkového šetření nějaký závěr pro marketingovou komunikaci?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:
Zdá se, že autorka považuje legislativu (psaná pravidla) za efektivní nástroj řešení etických problémů. Může vysvětlit, jak chápe vztah etiky a práva?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 01.06.2022

Podpis oponenta práce