

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	<b>Filip Šťastný</b>
Název práce	<b>Sexismus a genderové rozdíly v reklamě</b>
Obor/forma studia	<b>MK KS</b>
Akademický rok	<b>2012/2013</b>
Autor posudku	<b>Ing. Lenka Harantová</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	<b>e</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	30	<b>e</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>c</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>e</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	<b>f</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>d</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	<b>d</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	<b>c</b>
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	<b>c</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>3,27</b>	<b>FX</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Autor práce nesplnil druhou, čtvrtou a pátou zásadu zadání bakalářské práce. Autor si nezvolil výzkumné otázky. V analytické části neanalyzoval žádné vybrané kampaně. Následně tedy nemohl splnit ani pátou zásadu: navržení zlepšení konkrétních kampaní.

Autor nedodržel zásady Směrnice rektora UTB o jednotné formální úpravě vysokoškolských kvalifikačních prací. Z formálního hlediska chybí v práci číslování stran. Část tabulek a grafů je označena vpravo, další část na střed a pak zase vpravo. Autor cituje Wikipedii, což není vhodný zdroj pro kvalifikační práce. Když už autor Wikipedii parafrázuje, neodkazuje na ni v poznámkách pod čarou. Autor špatně značí knihy i online zdroje v seznamu použité literatury. Čtrnáct zdrojů použité literatury je v práci zaměřené na tak známé téma jako je reklama, velmi omezené množství.

Teoretická část práce je velmi čtivá, připomíná spíše však PR článek než bakalářskou práci. Nadpisy typu „Prodává nebo neprodává sex?“ nejsou zrovna vhodné pro vysokoškolskou kvalifikační práci.

Praktická část se skládá pouze z výsledků dotazníkového šetření. Velkou část zaplňují pouze tabulky s procentuálním rozložením vztahu pohlaví a věku ku dané otázce. Chybí zde cíl, důvod výběru metodiky, výzkumné otázky a již výše zmíněná analýza vybraných kampaní a následné doporučení ke zlepšení.

### Otázky k obhajobě:

Jaký byl cíl vaší práce?

Proč jste v praktické části neanalyzoval žádné vybrané kampaně?

Proč jste si pro analýzu problematiky zvolil dotazníkové šetření?

**Ve Zlíně dne 6.5.2013**

**Podpis:**