

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Vendula Peřinová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Archetyp matky v reklamě
Vedoucí/oponent práce	PhDr. Zdeněk Křížek

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	b
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	a
3 Přístup ke konzultacím	15	a
4 Samostatnost při zpracování	10	a
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	a
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	a
7 Metodologická kvalita postupu	20	a
8 Struktura a logika textu	25	a
9 Úroveň teoretické části práce	25	a
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	a
11 Práce se zdroji v textu	25	a
12 Úroveň analytické části práce	25	a
13 Úroveň projektové části práce	25	
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	a
16 Jazyková úroveň práce	10	a
17 Formální úroveň práce	10	a
Celkové hodnocení	1,13	A

Připomínky a hodnocení práce:

Práci považuji za nadprůměrnou.

Oceňuji především: Systematický přístup ke zpracování teoretické i praktické části.

V teoretické části si autorka vymezuje téma především na základě děl C. G. Junga. V praktické části postupuje historicky. Charakterizuje každé období a na ukázkách dobových reklam dokumentuje a analyzuje využití archetypu matky.

Práce je dovršena průzkumem, jehož výsledky doplňují autorčiny subjektivní soudy.

Otázky k obhajobě:

Čím je podle autorky způsobeno, že archetyp matky se ze současných reklam vytrácí (str. 58)?

Ve Zlíně

dne 8. 5. 2010

Podpis hodnotitele práce