

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav managementu a marketingu

doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D.

2014-04-16

Posudek  
disertační doktorské práce  
Ing. Jany Roubalíkové

### **Hodnotová orientace a využití apelů v tiskové reklamě v České republice**

Doktorská disertační práce Ing. Jany Roubalíkové je zpracována na 185 stranách a obsahuje čtyři přílohy. Práce je členěna standardním způsobem, a to na stav řešené problematiky, část výzkumnou a zhodnocení výsledků práce.

Práce je využitelná v podnikové praxi, a to především v oblasti komunikačních a reklamních agentur pro úspěšné předávání reklamního poselství využitím tiskové reklamy. Disertační práce je zpracována na odpovídající formální úrovni. Připomínky mám k občasnému používání bezobsažného slova „nicméně“, používání teček za řádem tisíce a miliony, vyskytují se i drobné závady v interpunkci.

Disertační práce je zpracována na aktuální téma, i když vkládané prostředky do tiskové reklamy se v ČR snižují. Aktuálnost tématu spočívá zejména v tom, že tištěná reklama může zákazníky získat, ale pokud je nesprávně realizovaná, tak naopak odradit.

Disertační práce splnila plánované cíle, a to v oblasti teoreticko-poznávací i výzkumné. Řešitelka nejprve zpracovala literární rešerši zaměřenou především na kulturní prostředí, národní kultury, reklamní strategie a tiskovou reklamu. Následoval kvantitativní výzkum hodnotové orientace a obsahové analýzy. Kvalitativní výzkum ověřil a doplnil zjištěné skutečnosti s využitím diskusních skupin.

Zásadní připomínku mám k formulaci výzkumné otázky II. V této otázce se ptáte na pět zcela odlišných faktorů. Z formulace hypotéz není zřejmé, jaký vztah mezi nezávisle a závisle proměnou má být řešen. U tab. 14 (s. 84) žádám o vysvětlení rozdílu mezi informací a argumentem. U skupinových diskuzí byly zřejmě předloženy různé reklamy a obdobně vytvářené reklamy byly na různé

kategorie, případně jiné značky. Srovnání výsledků a vytváření závěrů je tak ohroženo. Žádám se k této záležitosti vyjádřit v rozpravě. Obdobně k potvrzení H7 (s. 179), kdy se závěry opírají o názory čtyř diskusních skupin.

Předložená práce má přínos pro praxi, rozvoj vědního oboru i pedagogiku. Přínos pro praxi spočívá v tom, že dává návod, jak zaměřit tiskovou reklamu, aby měla požadované výsledky v souladu hodnotovou orientací cílové skupiny. Pro rozvoj vědního oboru je významná důkladná teoretická rešerše a stanovení hodnotové orientace spotřebitelů v ČR. Přínos pro pedagogiku je především v možnostech rozšíření výuky o tuto oblast v kurzech pro studenty, veřejnost i odborníky z praxe.

Publikační činnost studentky zahrnuje patnáct samostatných publikací a čtyři publikace, kde je spoluautorkou. Byla spoluřešitelka grantu GAČR 402/06/0509 (2006-2009), na který se v disertační práci vícekrát odvolává, není však uveden v seznamu literatury.

#### **Dotazy:**

1. Odkud byly získány údaje na s. 14, poslední odstavec? Společnost Admosphere uvádí údaje o 20 % vyšší.  
(<http://www.mediaguru.cz/2013/01/monitoring-investic-za-rok-2012-vydaje-stagnovaly/#.U09qHqKROuI>).
2. Jaké byly mediální výdaje v roce 2013?

#### **Závěr:**

Předložená disertační práce je zaměřena na významné téma současné doby. Práce se opírá o rozsáhlý výzkum, který dokládá předložené závěry. Práci doporučuji k obhajobě s výhradou, že doktorandka přesvědčivě vysvětlí formulaci výzkumné otázky II a jednotlivých hypotéz.

**Doporučuji, aby po úspěšné obhajobě byl Ing. Janě Roubalíkové udělen akademický titul „doktor“.**

doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D.

