

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Marcela Mráčková		
Název práce	Sociální reklama a současná dospívající generace		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2018/2019
Autor posudku	Mgr. Eva Šíkl Burešová, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
Nastavení cílů a metod práce	40	a
Úroveň teoretické části práce	50	b
Úroveň analytické části práce	50	b
Úroveň projektové části práce	50	
Splnění cíle práce	60	a
Struktura a logika textu	40	a
Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	b
Jazyková a formální úroveň práce	30	a
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,26</b>	<b>B</b>

### Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Téma předložené bakalářské práce je velmi dobře zpracované.
- Struktura práce je logická a vyvážená, reflektuje téma a cíl práce
- Čtivost práce bez vážných stylistických či formálních chyb.
- Nadšení autorky, které je cítit z každé kapitoly práce.

### Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- V teoretické části práce chybí vymezení pojmu reklama z hlediska marketingového mixu a konkrétních mediálních nosičů, které pak autorka dále zmiňuje v praktické části práce.

### Otázky k obhajobě:

- 1) Z Vašeho výzkumu vyplývá, že 70 % respondentů odpovědělo, že sociální reklama může kladně ovlivnit chování, nicméně čísla o ovlivnitelnosti respondentů sociální reklamou jsou podstatně nižší. Pokud byste tuto disproporci mohla změnit, kde byste začala?
- 2) Můžete prosím uvést sociálně marketingovou kampaň z českého prostředí z posledních pěti let, která vám zůstala v paměti? Jaké cíle sledovala a s jakým výsledkem?
- 3) Jaký přínos má, podle Vás, pro daňového poplatníka příspěvek neziskové organizaci?

V Praze dne 30. dubna 2019

Podpis:



Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01