

## Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Tereza Vaculová		
Název práce	Sociální marketing: řízení pod vlivem alkoholu		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2021-2022
Autor posudku	Mgr. Eva Šíkl Burešová, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
2 Nastavení cílů a metod práce	40	c
3 Úroveň teoretické části práce	50	d
4 Úroveň analytické části práce	50	c
5 Úroveň projektové části práce	50	c
6 Splnění cíle práce	60	b
7 Struktura a logika textu	40	c
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	c
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	c
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	d
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,87</b>	<b>C</b>

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

- Na předložené diplomové práci oceňuji poměrně odvážné rozhodnutí srovnávat reklamní apel v oblasti sociálního marketingu v toliko rozdílných trzích (Česká republika, USA, Velká Británie a Kanada). Autorka správně zúžila sledované oblasti na prostor online marketingu, díky čemuž mohla poměrně úspěšně analyzovat komunikaci zkoumaného tématu.

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

- Jazyková neobratnost, nejednotné formátování práce či drobné chyby v textu „chemická látka, která **vniká** kvašením cukrů“ (s 23), „řízení pod vlivem alkoholu s **přítěžující** okolnostmi (s 28) atp.
- Teoretická část práce nevymezuje on-line marketing a sociální sítě, kterým se autorka věnuje v praktické části diplomového projektu.
- Vzhledem k zaměření práce bych uvítala definování univerzální znaků, kulturních hodnot, které umožní jednotlivé země srovnávat, a tedy chápat reklamní apely v rámci kulturních odlišností. Pro účel této práce by bylo vhodné použít Hofstedeho kulturní dimenze.
- Důležité srovnávací statistiky nehodovosti pod vlivem alkoholu pro různé věkové skupiny by bylo vhodné v rámci srovnávaných zemí vést v jedné tabulce. Čtenář práce by měl lepší přehled v datech a autorovi by to umožnilo metodickou práci s nimi.

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

**Otázky k obhajobě:**

- Dvě ze srovnávaných zemí jsou velice pozitivně nakloněny k humoru v reklamě. Umíte si představit v těchto zemích aplikovat humor ve spojení s tématem, kterým se Vaše práce zabývá? Prosím Vaše stanovisko odůvodněte.
- Uměla byste prosím definovat „morální apely“? Myslíte si, že je jejich využití vhodné v sociální reklamě proti řízení pod vlivem alkoholu? V jakých oblastech byste je v reklamě doporučila akcentovat?
- Jak se k nulové toleranci alkoholu stavíte vy osobně? Vaše stanovisko prosím odůvodněte.

V Praze dne 15.4.2022

Podpis:

