

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Leona Svobodová  
**Studijní obor/zaměření:** Marketingové řízení  
**Téma bakalářské práce:** Vztah reklamního obsahu a reakce spotřebitelů dle jejich temperamentu

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Olga Martinčíková Sojková

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**výborně**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Bakalářská práce se zaměřuje na velmi zajímavé téma, které spojuje oblasti reklamy a psychologie spotřebitele.

Úvod práce jasně definuje cíl a zaměření výzkumu, důraz na význam reklamy v konzumní společnosti, ale také na roli osobnostních charakteristik spotřebitelů. Práce velmi dobře vystihuje potřebu zkoumání reklam nejen z hlediska jejich obsahu, ale také z hlediska cílové skupiny a jejich vlastností, což je důležitý aspekt moderního marketingu.



Výzkumná část práce je velmi pečlivě a systematicky zpracovaná. Autorka zvolila kvantitativní metodu dotazníkového šetření, které bylo vhodně koncipováno a umožnilo získat potřebná data. Autorkou vytvořené reklamní dvojice, které zahrnovaly férovou a klamavou reklamu, byly dobře promyšlené a snažily se pokrýt různé segmenty trhu s cílem zkoumat reakce širokého spektra respondentů.

Analýza dat je provedena srozumitelně, výsledky jsou interpretovány jasně a jsou podloženy odpovídajícími statistickými metodami. Práce ukazuje, že na klamavé reklamy jsou náchylnější ženy a lidé s nižším vzděláním, což je v souladu s některými předchozími studiemi.

Závěr práce shrnuje hlavní zjištění a poskytuje doporučení jak pro marketingovou praxi, tak pro spotřebitele, kdy praktické využití výsledků výzkumu ukazuje na potenciál této práce pro další rozšíření. Celkově lze říci, že tato bakalářská práce je velmi kvalitně zpracovaná a přináší zajímavé poznatky v oblasti vztahu mezi reklamním obsahem a reakcemi spotřebitelů. Téma je velmi aktuální a důležité, a práce má potenciál pro další výzkum a praktické aplikace.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Můžete blíže popsat, jak jste tvořila klamavé a férové reklamy v aplikaci Canva a jak jste zajistila, aby byly pro respondenty srozumitelné a realistické?

Jaké jsou vaše návrhy pro další výzkum v této oblasti a jaká další témata byste považovala za důležitá k prozkoumání v kontextu vztahu mezi reklamním obsahem a reakcemi spotřebitelů?

V Plzni, dne 23.05.2024

Podpis hodnotitele