

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: BC. MICHAELA ČERNÁ

Název diplomové práce: REKLAMA, PRÁVO A ETIKA

Volba tématu:	1. Aktuální, málo frekventované téma práce
	2. Aktuální, časté téma práce
	3. Neaktuální téma práce
	4. Nevhodně zvolené téma
Cíl práce a jeho naplnění:	1. Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn
	2. Vhodně zvolený cíl, který byl částečně naplněn
	3. Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn
	4. Nevhodně zvolený cíl
Struktura práce:	1. Pro dané téma velmi vhodná
	2. Pro dané téma částečně vhodná
	3. Pro dané téma nevhodná
Práce s literaturou:	1. Vynikající, použity dosud neběžné prameny
	2. Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny
	3. Dobrá, použity běžně dostupné prameny
	4. Slabá, použity zastaralé prameny
	5. Nevyhovující – použito málo zastaralé literatury
Vybavení práce tabulkami, grafy, přílohami:	1. Výborné
	2. Velmi dobré, funkční
	3. Dobré – jen částečně odpovídá nutnému doplnění textu
	4. Nedostačující
Přínosy DP:	1. Originální, inspirativní názory
	2. Ne zcela běžné názory, které jsou inspirativní
	3. Málo vlastních názorů nebo nedostatečně argumentačně podložené
	4. Vlastní názor chybí
Uplatnění DP v praxi a ve výuce:	1. Práci lze výborně uplatnit v praxi
	2. Práci lze částečně uplatnit v praxi
	3. Práci lze výborně uplatnit ve výuce nebo výzkumu
	4. Práci lze částečně uplatnit ve výuce nebo výzkumu
	3. Práce nelze v podstatě využít ani v praxi, při výuce nebo výzkumu
Grafická stránka:	1. Výborná
	2. Velmi dobrá
	3. Dobrá
	4. Nevyhovující
Jazyková stránka	1. Stylistika: a) Výborná
	b) Dobrá
	c) Nevyhovující
	2. Gramatika: a) Výborná
	b) Dobrá
	c) Nevyhovující

- Zásadní připomínky k DP:
1. **nemám**
 2. mám tyto:

Další hodnocení:

Diplomantka analyzuje současný stav v reklamě, v podnikání a předkládá vymezení právního zakotvení reklamy a její etické vymezení v závislosti na pravidlech soutěžního práva. Vymezuje některé sporné reklamní výstupy a jejich vliv na vnímání subjektů zvláště v závislosti na porovnání Etického kodexu a morálky. Práce je velmi rozsáhlá (71 stran) a přílohy tvoří nemalou její část. Diplomantka se soustředí na ovlivňování mysli v reklamou ČR a rozpracovává na konkrétním případě film „Český sen“ a vymezení dopadu právě tohoto díla na prokázání ovlivnění subjektů reklamou.

Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací a proto ji doporučuji k ústní obhajobě:

1. **ano**
2. ne

Navrhovaná klasifikace:

1. **výborně**
2. výborně nebo velmi dobře dle ústní obhajoby
3. velmi dobře
4. velmi dobře nebo dobře dle ústní obhajoby
5. dobře
6. dobře nebo nevyhověl dle ústní obhajoby
7. nevyhověl

Otázky k ústní obhajobě práce:

1.

Vymezte některé problematické etické aspekty reklamy a upozorněte na jejich „netrestnost“ podle Etického kodexu reklamy.

Datum:
4.6.2007

Podpis vedoucího DP
Doc. Dr. JUDr. Jan Hejda