

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

- Jméno a příjmení diplomanta: Bc. Michaela Černá
- Název diplomové práce: Reklama, právo a etika
- Všeobecné hodnocení: Diplomová práce se zabývá reklamou, systémem právní úpravy v České republice z hlediska veřejného i soukromého práva a porovnává ji se systémem právní úpravy ve vybraných evropských zemích a v USA. Analyzuje činnost orgánů a organizací, které přispívají k dodržování zákonů a etiky v oblasti reklamy v České republice. Působení a vliv reklamy na nejrůznější cílové skupiny spotřebitelů autorka dokládá v přílohách diplomové práce.
- Cíl práce a závěry: Cíl práce autorka uvedla v úvodu, když vymezila jednotlivé kapitoly a postup při zpracovávání. Podrobně se věnovala analýze vlivu reklamy na podnikatelské subjekty a na cílové spotřebitele – jednotlivé skupiny obyvatelstva.
- Struktura práce, její přínos: Autorka rozdělila diplomovou práci na část teoretickou a část praktickou. Závěry a východiska jednotlivých kapitol následně využila při analýze vlivu reklamy na cílové skupiny v části praktické. Uvedením mnoha konkrétních příkladů prokázala, že reklama ve všech svých aspektech (reklama pravdivá, agresivní, klamavá) velmi výrazně ovlivňuje chování spotřebitelů.
- Přístup ke zpracování tématu: Autorka si byla vědoma širší problematiky, kterou reklama zahrnuje, že zasahuje do našeho každodenního života, že jsme, ať chceme nebo ne, jejím působením velmi ovlivněni. Správně zdůraznila, že reklama, ať v kladném nebo záporném slova smyslu, nepřetržitě atakuje spotřebitele. Ne všichni se dokáží účinně bránit. Klade velký důraz na vysvětlení úlohy orgánů a institucí, které se etickým chováním zadavatelů reklamy zabývají a samotným etickým kodexem reklamy.
- Práce s literaturou: Práci s literaturou, dalšími písemnými zdroji a fakty hodnotím kladně. Autorka v teoretické části věnovala velkou pozornost vyhledání a zpracování konkrétních údajů z nejrůznějších průzkumů trhu, analýz renomovaných reklamních agentur, které se výzkumem trhu a působením reklamy na spotřebitele zabývají.
- Stylistická stránka, tabulky, přílohy: V práci je nutné ocenit velmi dobrou stylistickou a gramatickou skladbu, je zřetelné, že autorka nad stavbou věty a její návazností na další písemný projev analyticky přemýšlela. Diplomová práce je doplněna dostatečným počtem grafických příloh, které v konkrétních údajích doplňují obsah práce.
- Zásadní připomínky: Jako oponentka nemám k diplomové práci zásadní připomínky.
- Závěrečné hodnocení: Autorka využila v práci zkušeností, které získala shromažďováním konkrétních podkladů za delší časové období, aby mohla provést analýzu uloženého úkolu. Splnila tak požadavky, které jsou na diplomovou práci a diplomantku kladeny. Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.
- Navrhovaná klasifikace: velmi dobře
- Otázky opONENTA k ústní obhajobě:
1. V práci srovnáváte rozdíly v reklamě ve vybraných evropských zemích. V čem vidíte nejzásadnější rozdíl působení reklamy na spotřebitele ve srovnání s českými podmínkami?
 2. V práci hovoříte o klamavé reklamě jako o nebezpečném fenoménu. V čem vidíte její negativní úlohu a jakým způsobem byste vy osobně řešila, aby došlo k zamezení tohoto jevu?

Datum. 6. června 2007

Mgr. Naděžda Jahodová
oponentka práce