

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: Zuzana Voděracká

Název diplomové práce: Reklama a právo

(Posudek by měl hodnotit zejména cíl práce a závěry práce, přínos práce, strukturu práce, práci s literaturou, přístup ke zpracování tématu, stylistickou stránku, tabulky a přílohy. Dále by měl obsahovat zásadní připomínky k práci a hodnocení, zda diplomová práce splňuje požadavky na ni kladené, zda ji oponent doporučuje k obhajobě, a klasifikaci diplomové práce. Stupně klasifikace: výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl. Posudek (prosíme 1x podepsaný originál a 1x v elektronické verzi - „posudky@fm.vse.cz“) + DP odevzdejte nejpozději 14 dní před konáním obhajoby).

1. Forma práce – stylistická forma, tabulky, přílohy a celková struktura diplomové práce

Celková struktura práce a její stavba je srozumitelná a logicky členěná. Pravopisných chyb a překlepů je v práci zanedbatelné, minimální množství, což svědčí o důsledné a systematické kontrole textu. Grafická úprava citací v práci je dvojího druhu, což je místy matoucí. Vždy je však jasně uvedeno, že se jedná o parafrázi či citaci. Kladně hodnotím i přesné odkazy na internetové materiály a články včetně data publikace. Podklady a zdroje pro samotnou práci jsou fundované, tématicky správně zaměřené a je jich využito v dostatečném množství. Tabulky a grafy, zejména v praktické části obsahující empirické výsledky dotazníkového šetření, vhodně doplňují uvedený text. Jako jeden z nedostatků shledávám často chybějící legendu u vložených grafů. Práce jako celek je psaná čtivě, jasně a srozumitelně.

2. Obsah práce – cíle, závěry, faktické přínosy

Téma práce je silně aktuální a zajímavé. Samotný obsah v úvodu poskytuje neinformovanému čtenáři teoretickou průpravu, která pokračuje samostatným empirickým šetřením včetně závěrů a výsledků vyvozených ze zjištěných hodnot. Porovnání reklamy v ČR a EU je omezeno pouze na reklamu na léky a klamavou reklamu, ale vzhledem k vysoké obsáhlosti tématu jako celku považuji volbu diplomantky pro účely sepsání této práce za dostačující.

Kladně hodnotím především jasně vypovídající údaje a myšlenky v empirické části, díky kterým jsem si udělala představu o názoru mladých lidí na klamavou reklamu a na externí zásahy prováděné do reklamy vůbec. Nicméně mi zde chybí názor reprezentovaný také jinou věkovou a sociální skupinou. Stanovení pracovních hypotéz na počátku práce a jejich následné zodpovězení dotazníkovým šetřením včetně interpretace výsledku každé otázky hodnotím jako téměř profesionální přístup, ze kterého jasně vyplývá, že diplomantka měla v postupu práce jasně vymezený směr. Pro přehlednost a rychlou orientaci je sepsáno na konci ještě finální shrnutí, což usnadňuje srovnání myšlenek a vytvoření si vlastní představy o dané problematice.

Porovnání ČR a vybraných států EU v oblasti reklamy na léky a klamavé reklamy pro mě bylo hodně zajímavé. Podrobnost dat o členských zemích EU je poněkud malá vzhledem k celkovému obsahu práce. Uvítala bych zde větší hloubku informací. Jelikož však cílem práce nebylo zpracování detailní analýzy, považuji vypovídající a informační hodnotu uvedených dat pro orientaci v dané problematice a pro nástin problému za dostačující a poutavě sepsané.

3. Hodnocení práce a doporučení k obhajobě

Práce je podle mého názoru povedená a přínosná. Doporučila bych ji k přečtení všem, kteří se o dané problémy zajímají. Z důvodu celkové propracovatelnosti a splnění veškerých nároků hodnotím diplomovou práci na výbornou a doporučuji ji k obhajobě.

4. Doplnující otázky k obhajobě

- i. Co si myslíte o výdajích na reklamu? Budou tyto kumulativní náklady postupně klesat nebo mírně růst? Jaký je současný trend?
- ii. Uveďte alespoň jeden stát, který nemá žádnou právní regulaci reklamy na léky popřípadě je tato regulace velmi mírná. Jaké jsou podle vás výhody a nevýhody této regulace?

Datum: 4.1.2008



Ing. Lenka Jeníková

oponent práce