

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Katedra marketingu



Posudek vedoucí/ho bakalářské práce

Jméno studenta: Ivana Smoleňová

Název práce: Gender stereotypy v televizní reklamě

Vedoucí práce: Ing. Ondřej Pešek

Cíl práce: Zobrazení gender stereotypů s využitím obsahové analýzy

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení			
	1	2	3	4
Vymezení cíle a jeho naplnění	☐	☒	☐	☐
Náročnost tématu na teoretické znalosti	☒	☐	☐	☐
Náročnost tématu na praktické dovednosti	☐	☒	☐	☐
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	☒	☐	☐	☐
Hloubka a správnost provedené analýzy	☐	☒	☐	☐
Práce s literaturou	☐	☒	☐	☐
Logická stavba a členění práce	☒	☐	☐	☐
Jazyková a terminologická úroveň	☒	☐	☐	☐
Formální úprava a náležitosti práce	☐	☒	☐	☐
Vlastní přínos studenta	☒	☐	☐	☐
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	☐	☒	☐	☐

Dílčí připomínky a náměty:

V práci se nachází nedostatky citační (odkazování na informační zdroje)

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce popisuje v základní rovině problematiku gender v marketingu, vysvětluje pojmy a vše vhodně vztahuje již v teoretické části k danému tématu. Obsahová analýza je uskutečňovaná na velkém množství reklam ve 4 skupinách produktů, té by však mohla být věnována větší pozornost. Práce se také věnuje regulaci dané problematiky v ČR i v EU.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

Jaké si myslíte, že bylo postavení žen v reklamách průběhu 20. století? Lišilo se od současného zobrazení? Jaký očekáváte vývoj problematiky gender stereotypů do budoucna?

Jaký je Váš názor na situaci gender stereotypů v reklamě v České republice a na Slovensku?

Navržená výsledná známka: výborně - velmi dobře (podle výsledku obhajoby)

V Praze, dne 7. června 2010

podpis vedoucí/ho práce