

Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**

Akademický rok: **2014/2015**

Název práce: **Reklama na alkoholické nápoje a tabákové výrobky a její právní regulace**

Řešitel: **Bc. Martin Kotva**

Vedoucí práce: **prof. JUDr. Martin Boháček, CSc.**

Oponent: **MUDr. Jan Vavrečka, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	1
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	1
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	1
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	1

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Vysoce nadstandradně kvalitní diplomová práce. Radost číst. Autor zpracoval téma v dostatečném rozsahu velmi epatickým a intelektuálně angažovaným způsobem. Řádně se vyrovnal s cíli své práce a ještě přidal. Na deskriptivní pasáže práce navazují logické a zajímavé dedukce a konstrukty autora samotného a také na vhodné reálie k tématu. Se zdroji a judikaturou je pracováno dostatečně kvantitativně i kvalitativně. V textu práce nenalézám žádné zásadní opomenutí vstupu, zdroje, normy či klíčového problému. Práce autora vybízí k položení mnoha zajímavých otázek, nikoliv svými "bílými místy", ale naopak zjevnou orientací autora v tématu i jeho širších souvislostech. Nemohu si proto pomoci než excelentním hodnocením této práce, která mne velice zaujala, a to mnoha svými místy.

Jediný moment, který mne jako čtenáře vedl k "hladu" po informaci, kterou neznám a kterou ani autor neuvádí, leží mimo těžiště a cíle práce samotné. Je to vlastní efektivita současné tabákové reklamy na získání nových akvizic výrobců mezi spotřebiteli různých věkových kategorií. Co všechno dnes vlastně a do jaké míry vede nové osoby ke kouření? Extenzivní regulace bez přesnější reflexe a znalosti zákonodárce o tom, jak kvantitativně velký problém vlastně řeší, mi přijde polemická v kritickém kontextu. Je tato regulace odůvodněna spíše společenskými hodnotami a tendencemi než exaktním vědeckým způsobem, nebo vědecká data naopak exitují a prokazují správný "hit" unijního zákonodárce úderem právě na reklamu?

Protože práci netřeba dle mého názoru více podrobit chvále, podrobil bych autora dvěma základním a případně dvěma doplňkovým otázkám:

- 1.) Jak autor osobně vnímá efektivitu prosazování současných pravidel v praxi a jak by hodnotil současnou situaci na našem reklamním a mediálním trhu oproti předpokladům právních a etických norem?
- 2.) Kodex reklamy RPR definuje pojem "reklama". Jaká rizika nebo jaké výhody (pro veřejný zájem) spatřuje autor v tom, že etičtí arbitři si pojem "reklama" definují pro účely svých kodexů nezávisle?

Doplňkově:

- 3.) Dokázal by autor odhadnout s jakými různými potížemi a problémy by bylo spojené, pokud by etičtí arbitři prosazovali přímo pravidla platných právních předpisů, na které by jejich kodexy pouze odkazovaly?
- 4.) Je podle autora správné a odůvodnitelné, když dobrovolná etická samoregulace reklamy svými přísnějšími pravidly de facto omezuje volný pohyb zboží a služeb v přímém rozporu s cíli plně harmonizujících právních norem Evropské unie?

Závěr: Diplomovou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 07. 01. 2015

MUDr. Jan Vavrečka, Ph.D.
oponent práce