

Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**
 Studijní obor: **Cestovní ruch**
 Akademický rok: **2014/2015**
 Název práce: **Etika a morálka v komerčních komunikacích**
 Řešitel: **Bc. Nikoleta Luhová**
 Vedoucí práce: **Ing. Milan Postler, Ph.D.**
 Oponent: **Ing. Jiří Zeman, 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	2
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	1
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	2
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	1

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Diplomová práce Bc. Nikolety Luhové na téma "Etika a morálka v komerčních komunikacích" v rozsahu 71 stran formátu A4 je strukturována do tří kapitol, z nichž první dvě jsou teoretickým východiskem a na ně navazuje třetí aplikační kapitola. V Úvodu autorka jasně vymezila hlavní cíl diplomové práce, kterým je "na základě teoretických poznatků definovat všeobecně použitelná kritéria, která mohou být použita na zhodnocení etiky kampaně v jakémkoli oboru, aplikovat je na zhodnocení etiky komunikační kampaně subjektu cestovního ruchu – restaurace Máneska". V první kapitole jsou vymezeny základní pojmy: etika, vztah etiky a morálky, jsou zde uvedeny oblasti etiky. Subkapitola 1.2 je zaměřena na komerční komunikace. Marketingový mix je zahrnut v subkapitole 1.2.2. Marketingové a komerční komunikace obsahuje subkapitola 1.2.3. Komunikační mix s charakteristikou jeho jednotlivých nástrojů je uveden v subkapitole 1.2.4. Druhá kapitola je zaměřena na problematiku etiky v komerčních komunikacích. Etika v reklamě a neetické formy komunikace jsou zahrnuty v subkapitole 2.2. Regulaci reklamy obsahuje subkapitola 2.3, její legislativní úprava je uvedena v subkapitole 2.3.1. Ve třetí kapitole je uvedena případová studie "Restaurace Máneska". Na úvod je přestaven profil uvedené restaurace. Subkapitola 3.2 obsahuje představení komunikační kampaně pro uvedenou restauraci. Autorka se zabývala etickým problémem v kampani. V subkapitole 3.3 je hodnocení kampaně s uvedením vlastních kritérií. Autorka použila bodové hodnocení. Subkapitola 3.4 obsahuje vlastní terénní dotazníkové šetření autorky, které sama zrealizovala. Jsou zde uvedeny výsledky odpovědí k jednotlivým otázkám z dotazníku. V subkapitole 3.4.6 autorka provedla analýzu názorů respondentů na spot "Máneska". V subkapitole 3.4.7 jsou shrnuty výsledky výzkumu a jejich konfrontace s hypotézami. V samotném Závěru diplomové práce autorka konfrontuje výtýčený cíl diplomové práce a hypotézami a výsledky vlastního terénního šetření. Diplomová práce je vhodně doplněna obrázky v textu a též přílohami, jejichž součástí je dotazník pro vlastní terénní šetření. Pozn.: použité zdroje v seznamu literatury se číslují. Diplomová práce je velmi pečlivě zpracována a hodnotím ji jako výbornou.

Otázky k obhajobě: 1) V čem spočívá rozdíl mezi etikou a morálkou? 2) Co zahrnují tzv. sektorová omezení v etickém kodexu RPR? 3) Porovnejte přísnost pravidel obsažených v zákonu o regulaci reklamy a etickém kodexu RPR? Jsou podle Vás stejně přísná?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 16. 05. 2015

Ing. Milan Postler, Ph.D.
vedoucí práce