

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Předložená diplomová práce se zabývá tématem etiky a morálky v komerčních komunikacích. Jde o téma bezesporu aktuální, které vhodným způsobem propojuje studovaný obor a vedlejší specializaci. Práce je standardně rozčleněna na teoretickou a praktickou část. V teoretické části autorka shrnuje problematiku etiky a komerčních komunikací, v praktické pak toto demonstruje na příkladu konkrétní provozovny. U práce s literaturou je příčinou sníženého hodnocení citování již přes rok neplatného obchodního zákoníku. Pokud by autorka nepracovala s internetovými stránkami, nevhodnými pro kvalifikační práce, ale s příslušnou aplikací, dostupnou ve školní počítačové síti (ASPI), patrně by k tomuto problému nedošlo. Z hlediska použitých metod a hloubky analýzy spatřuji nedostatek v nevyvážené věkové struktuře respondentů (více než 50 % respondentů je z věkové skupiny 15 – 25 let!), která není v textu adekvátně odůvodněna. Tvrzení, že cílová skupina jsou lidé v produktivním věku, a proto nevádí, že věková skupina na 50 let je zastoupena jedním respondentem, neodpovídá žádné definici produktivního věku. Jako problematické vidím vyhodnocování hypotéz pouze na základě relativního podílu odpovědí. Pokud jde o cíl práce, nebyl beze zbytku splněn – v práci postrádám definici "všeobecně použitelných kritérií" (viz cíl práce).

Otázky k obhajobě:

1. Jakým způsobem je v české legislativě řešena otázka regulace reklamy, která byla dříve řešena v obchodním zákoníku?
2. Definujte a obhajte všeobecně použitelná kritéria pro zhodnocení etičnosti kampaně v kterémkoliv oboru a jejich použití demonstруйте na příkladu reklamní kampaně pro hračky, automobily a libovolný B2B produkt.

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 24. 05. 2015

Ing. Jiří Zeman, Ph.D.
oponent práce