

Studijní program
Ekonomika a management

Studijní obor
Management

Akademický rok
2018/2019

Název práce

Analýza sledování televize a TV reklamy dětmi předškolního věku

Řešitel
Kristýna Zumrová

Vedoucí
Ing. Daria Gunina

Oponent
Ing. Michal Novák, Ph.D.

Hodnocení práce

Vymezení cíle a jeho naplnění	výborně
Logická stavba a členění práce	výborně
Práce s literaturou, citace, syntéza zdrojů, přehled o dosavadním stavu bádání v dané oblasti	výborně
Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití	výborně
Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům), její teoretické a konceptuální ukotvení	výborně
Vlastní přínos studenta	výborně
Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	výborně
Formální úprava a náležitosti práce (soulad s šablonou kvalifikační práce), rozsah práce	výborně
Jazyková a terminologická úroveň práce	výborně

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

Předkládaná práce se zabývá analýzou sledování televize dětmi předškolního věku. Práce je funkčně rozdělena na pět hlavních kapitol. První tři kapitoly lze považovat za teoretickou část práce, na kterou navazuje metodika a posléze praktická část práce v podobě samotné analýzy.

Teoretická část práce postupuje od obecného ke konkrétnímu. Autorka využívá pro svou argumentaci teoretických předpokladů a ukotvení tématu značné množství (>370) kvalitních zdrojů, přičemž převažují primární akademické zdroje v podobě zahraničních žurnálů. Jejich zdrojování je v souladu s požadavky na tento typ práce.

Na základě teoretické rešerše autorka definuje celkem šest výzkumných otázek, kterým se postupně věnuje v páté kapitole své práce. Kladně hodnotím také metodologickou část, kde autorka argumentuje své výzkumné postupy a jejich konceptuální uchopení. Ve svém výzkumu autorka zkoumala mediální chování 15 dětí ve věku 3–6 let. Kladně hodnotím, jakým způsobem k výzkumu této věkové skupiny přistoupila, především s ohledem na etické aspekty výzkumu. V práci také nezapomíná na limitace s tímto výzkumem spojené.

V praktické části autorka rozebírá jednotlivé výsledky ve vztahu k výzkumným otázkám. Na základě svého výzkumu dokonce vyvrací některé starší teorie o věkových hranicích rozpoznání reklamy dětmi. Hloubka a správnost provedené analýzy ve vztahu k cílům je na výborné úrovni. Vlastní přínos studentky a možnost užití výsledků je v teorii jednak v oblasti teorie marketingu a dětské psychologie. Pro praxi lze využít nejen samotné výsledky pro marketéry cílící na děti, ale také samotné výzkumné postupy.

Formální úprava práce je také na vynikající úrovni a rozsah práce několikanásobně přesahuje požadavky na bakalářskou práci. Jazyková stránka práce je z mého pohledu absolutně bez připomínek – autorka se vyjadřuje na úrovni zkušeného akademika (zkušené akademičky).

Celkově práci studentky považuji za vynikající. Nejen, že splnila veškeré cíle, které jsou od kvalifikační práce očekávány, ale výrazně je předčila. Považuji tuto práci celkovým zpracováním za jednu z nejlepších bakalářských prací na FM VŠE. Doporučuji komisi tuto práci nominovat na udělení ceny v rámci soutěže ESOP či jiné.

Otázky k obhajobě (1–2 otázky)

V článku „Everything Under Control: A Child's Eye View of Advertising“ autorky Alice Bartholomew a Stephanie O'Donohoe dělí děti, z hlediska toho, jak se „vypořádávají“ s reklamou, na: „ad masters“; „ad controllers“; „ad critics“. Pokuste se kategorizovat své respondenty do těchto kategorií.

Zdroj: Alice Bartholomew & Stephanie O'Donohoe (2003) Everything Under Control: A Child's Eye View of Advertising, Journal of Marketing Management, 19:3-4, 433-457, DOI: 10.1080/0267257X.2003.9728218

Doporučené hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení **výborně**.

Datum

9. 6. 2019

Podpis

Ing. Michal Novák, Ph.D.

