

Příloha k protokolu o SZZ č.

Vysoká škola: JU v Č. Budějovicích

Pedagogická fakulta

Pracoviště: katedra společenských věd

Datum odevzdání posudku: 120. 5. 2014

Jméno a příjmení studenta:

Lucie Pěšková

Obor: Společenské vědy se zaměřením
na vzdělávání

Oponent* bakalářské práce: Helena

Pavličíková

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Název práce: Sémiotická analýza reklamních sdělení zaměřených na děti a mládež

Kritéria hodnocení práce (označte vždy právě jednu z možných známek):

1. Struktura práce (úplnost, logická posloupnost a vyváženost kapitol, rozsah práce)

A – výborně

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

2. Metodologická a metodická stránka práce (stanovení hypotéz/cílů práce, vhodnost a kvalita dat a metod)

A – výborně

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

3. Práce s literaturou a dalšími informačními zdroji (výběr, správná citace, použití, dodržování bibliografických norem)

A – výborně

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

4. Odborná správnost – znalost problematiky (prokázání znalosti řešené problematiky, prokázání specifických znalostí, schopnost aplikovat znalosti na konkrétní problém)

A – výborně

B – velmi dobře

C – dobře

N – nevyhověl/a

* nehodící se škrtněte

5. Zhodnocení výsledků, naplnění cílů, aplikovatelnost v praxi

- A – výborně
- B – velmi dobře**
- C – dobře
- N – nevyhověl/a

6. Úroveň jazykového a stylistického zpracování

- A – výborně
- B – velmi dobře**
- C – dobře
- N – nevyhověl/a

7. Formální a grafická úroveň práce

- A – výborně
- B – velmi dobře
- C – dobře
- N – nevyhověl/a

Závěrečné shrnutí, komentáře, otázky k obhajobě:

Bakalářská práce se věnuje tématu, které je z hlediska využití v praxi velmi potřebné, a tudíž i aktuální. Zejména analýzu jednotlivých reklamních sdělení v sedmé kapitole by bylo možné zařadit do výuky mediální výchovy. Na druhou stranu je potřeba poznamenat, že práci na podobné téma vzniklo již několik, proto bylo možné vyhnout se některým nepřesnostem, kterých se autorka dopustila. V textu práce pracuje autorka s pojmy inzerce a reklama velmi volně, někdy je považuje za synonyma, někdy mezi nimi vymezuje rozdíl. Vymezení základních metod výzkumu médií úplně chybí – stačil alespoň krátký přehled. Autorka se měla seznámit s literaturou k dané problematice a uvést ji v seznamu literatury (např. Schulz, Hagen, Scherer, Reifová: Analýza obsahu mediálních sdělení., nebo Trampota, Vojtěchovská: Metody výzkumu médií). K opomenutím, která snižují celkové velmi dobré vyznění práce, patří chyby v seznamu literatury: v rozporu s normou jsou uváděny internetové zdroje, Etický kodex reklamy není možné uvádět mezi právními předpisy.

Bakalářská práce splňuje požadavky na ni kladené, proto ji doporučuji k obhajobě a hodnotím známkou **v e l m i d o b ř e**.

Navrhovaná klasifikace (výsledná známka není aritmetickým průměrem známek jednotlivých kritérií hodnocení práce):

- A – výborně
- B – velmi dobře**
- C – dobře
- N – nevyhověl/a

V Českých Budějovicích dne 20. 5. 2014

Podpis oponenta bakalářské práce