

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

3. lékařská fakulta - Univerzita Karlova v Praze

Autor práce: Natálie Přikrylová

Vedoucí práce: Ing. Jindra Ševčíková

Název práce: Marketing a vliv reklamy na pacienta

Autor

posudku:

(jméno, příjmení,

zaměstnavatel,

kontakt – e-mail,

telefon):

Ing. Jindra Ševčíková, 3.lékařská fakulta, sevcikovajindra@gmail.com

vedoucí práce

Body

V hodnocení využijte slovní vyjádření s respektováním charakteru a zaměření práce

0-4

1 Aktuálnost problematiky, originalita práce

4

Téma bakalářské práce je aktuální, marketing čím dál více proniká do zdravotnictví a je součástí nejen farmaceutických firem, ale i zdravotnických zařízení. Bakalářská práce je postavená na zhotovení pozitivní a negativní video reklamy, kdy bylo potřeba napsat scénáře, sehnat aktéry reklam a zajištění postprodukce. Postup pokládám za vhodný a přiměřený účelu bakalářské práce. Originalitu práce hodnotím vysoko, jde o praxi metodiky, která je pro bakalářskou práci v oboru dentální hygiena výjimečná.

2 Samostatnost zpracování, pohled autora do problematiky, práce s literaturou a přehled domácích i zahraničních literárních pramenů

3

Téma práce je po stránce teoretické dobře zpracováno, jsou definovány základní pojmy a relevantní vztahy ke zkoumané tematice. Autorka se věnovala problematice marketingu především v souvislosti s psychologickými procesy a ovlivňováním lidského chování za pomoci využití emocí. V bakalářské práci jsou použity zdroje světových marketingových a psychologických odborníků.

3 Samostatné zvládnutí odborného problému, zpracování získaných údajů, odborného textu

3

Praktická část je postavena na dotazníkovém výzkumu, který vychází ze shlednutí natočených autorských reklam umístěných na webový kanál You Tube. Autorka popisuje proč, a z jakých důvodů použila motivy v reklamách a vysvětluje i problematiku autorského práva která úzce souvisí s výrobou reklamních spotů. Rozebírá úskalí použití motivu strachu a efekt „bílého pláště“ s kterým se ve zdravotnictví pacient nejvíce setkává.

Autorka dále poukazuje na konkrétní marketingové situace v ordinaci dentální hygienistky a rozebírá, jak může strach ovlivnit její práci. Správně poznamenává, že nejdůležitějším marketingovým nástrojem v ordinaci je komunikace, která, jak autorka uvádí, v mnoha případech dokáže pacienta marketingově motivovat správným směrem.

V závěru autorka poukazuje na všudypřítomnost marketingu v dentálních ordinacích, dále konstatuje úzké propojení marketingových kampaní firem produkcích dentální pomůcky s prací dentální hygienistky. Shrnuje výzkum, který prokázal vysoký vliv negativní reklamy a přisuzuje to zejména strachu z dopadu opomíjení preventivních opatření. Autorka upozorňuje na sílu sociálních medií a zároveň hodnotí reklamní kampaně televizních spotů jako nezanedbatelné.

4 Formální zpracování práce, jazyková a stylistická úroveň, rozsah práce, grafická úprava práce, dodržení publikační normy

1

Bakalářská práce je stylově průměrná, lze vytknout opakované použití slova „tedy“ v nevhodných souvislostech a použití nestandardního slova „vychytávka“ které nevidím jako vhodné pro použití v akademickém textu. Práce má 50 stran, po grafické stránce splňuje standardní požadavky kladené na bakalářskou práci 3.lékařskou fakultou, citační norma je dodržena. V bakalářské práci chybí v přílohách dotazník a není dodáno CD, které je v přílohách uvedeno.

Body
celkem

11

**Poznámky,
doplňky
posuzovatele:**

**Otázky k
obhajobě:**

Setkala jste se ve své praxi s negativním vlivem reklamy na pacienta a co to znamenalo pro vaši práci?

Hodnocení celkem: *Doporučuji – nedoporučuji k obhajobě*

Doporučuji k obhajobě

Návrh klasifikace práce:

Velmi dobře

Datum:

5.8.2020

Podpis:

** nehodící se vymažte nebo škrtněte*

Doporučená klasifikace celkového hodnocení**Poznámka***BODY**KLASIFIKACE*

13 a více	Výborně	<i>Minimálně dva body v každé položce</i>
9 až 12	Velmi dobře	<i>Minimálně jeden bod v každé položce</i>
6 až 8	Dobře	<i>Maximálně možná jedna "nulová" položka</i>
5 a méně	Nevyhověl	<i>Více jak jedna "nulová" položka</i>