

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky:	Nikola Aichingerová
Téma práce:	Autorské právo a reklama
Rozsah práce:	139 000 znaků vč. mezer
Datum odevzdání práce:	leden 2023

1. Aktuálnost (novost) tématu

Téma zvolené autorkou je tématem individuálním. K jeho výběru vedl autorku její zájem o oblast marketingu a reklamy a jejich vyjádření pomocí osobitých reklamních sdělení doprovázených obvykle fotografiemi, kresbami a především originální grafikou. Aktuálnost tématu je dána zejména tím, že právní vztahy v reklamě jsou sledovány mimo jiné v prostředí internetu jako specifického komunikačního prostředku, nicméně v současnosti se toto téma stává postupně již tradičním, vezmeme-li v úvahu, že žijeme v době tzv. digitální ekonomiky.

2. Náročnost tématu na teoretické znalosti, vstupní údaje a jejich zpracování a použité metody

Téma vyzývá k pojetí průřezově mnoha právními obory, neboť v oblasti reklamní tvorby a šíření reklamy se setkáváme nejen s autorským právem, ale i s využitím podobizen chráněných právy na ochranu osobnosti a s firemními a obchodními označeními včetně ochranných známek užívaných pro propagované výrobky a služby. Diplomantka se soustředila ve své práci na obor autorského práva. Zaměření práce vyžaduje velice dobré teoretické znalosti, má-li být proveden právní rozklad, neboť se nejedná o systematicky vyčleněnou oblast autorského práva nebo práva obecně. Autorka používá v práci pojem „Reklamní právo“, ovšem jde o název vystihující spíše zkoumaný objekt práva nežli o samostatné odvětví práva. Co se týká shromážděných materiálů, autorka vyšla ze základních studijních pramenů a komentářové literatury k autorskému zákonu, knih a některých článků a také jako pramen použila judikaturu českých soudů. Autorka se svého úkolu zhostila relativně dobře, i když občas se nechala unést praktickou stránkou a nebyla zcela důsledná v právní analýze.

3. Formální a systematické členění práce

Práce je rozčleněna formálně na obecné části věnované autorskému právu a reklamě se věnuje v kapitole 7 a 8 včetně judikatury v kapitole 9. Třídění kapitoly 8 nazvané Autorská díla v reklamě není systematicky zcela správné, neboť se mísí druhy děl s výlukami z ochrany.

4. Vyjádření k práci

Jde o samostatně zpracovanou práci. Základní požadavky na tento druh prací byly splněny. Nicméně právní rozbor by mohl být hlubší.

5. Kritéria hodnocení práce

Splnění cíle práce	splněno ve všech kritériích
Samostatnost při zpracování tématu včetně zhodnocení práce z hlediska plagiátorství	zcela samostatná práce s individuálně zvoleným tématem
Logická stavba práce	členěna podle dílčích témat
Práce se zdroji (využití cizojazyčných zdrojů) včetně citací	znalost práce s poznámkami a s literaturou byla prokázána, nicméně mohl být využit širší rozsah literatury včetně zahraniční literatury

Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	autorka vykazala znalost teoretických základů, ale souvislosti nejsou popsány důsledně, tj. chybí hlubší analýza ve vztahu k tématu
Úprava práce (text, grafy, tabulky)	standardní úprava
Jazyková a stylistická úroveň	dostačující s výtkou některých stylistických pravopisných nedostatků

6. Připomínky a otázky k zodpovězení při obhajobě

Navrhované otázky	Jaké druhy děl se nejčastěji využívají v reklamních sděleních? Za jakých podmínek je lze využít pro reklamu a marketing?
Doporučení/nedoporučení práce k obhajobě	doporučuji
Navržený klasifikační stupeň	velmi dobře

V Praze dne 18. 1. 2023

JUDr. Zuzana Císařová, vedoucí diplomové práce