

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

3. lékařská fakulta - Univerzita Karlova v Praze

Autor práce: Lucie Teufelová

Vedoucí práce: Ing. Jindra Ševčíková

Název práce: Etika marketingu ve stomatologii

Autor

posudku:

(jméno, příjmení,
zaměstnavatel,
kontakt – e-mail,
telefon):

Ing. Jindra Ševčíková,

Oponent/konzultant, vedoucí práce

Body

V hodnocení využijte slovní vyjádření s respektováním charakteru a zaměření práce

0-4

1 Aktuálnost problematiky, originalita práce

4

Problematika marketingu a jeho etiky ve zdravotnictví je v jakékoli době velmi aktuální. Dentální hygiena je obor, který je plně hrazen pacienty a díky tomu je orientace v pravidlech a etice marketingu pro dentální hygienistky důležitá. Ve své praxi se budou setkávat s firmami vyrábějící produkty dentální hygieny a zároveň budou v přímém kontaktu s pacienty, na které jsou marketingové kampaně cílené. Stejně tak je téma aktuální i pro jejich samotné podnikání, kdy budou nuceni vytvářet své vlastní marketingové kroky, používat jednotlivé nástroje marketingového mixu a tak pracovat s emocemi svých klientů. Téma zaměřené na stomatologický obor zatím v této rovině zpracováno nebylo.

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

4

Autorka se věnovala problematice v celé šíři, čerpala ze zdrojů marketingových autorů jak se zdravotní problematikou, tak i v obecné rovině. Čerpala ze zahraničních zdrojů, zákonů s problematikou právní regulace reklamy, neopomněla se věnovat emocím v reklamě a samostatnou kapitolu věnovala etice reklamy a etickým kodexům vztahujícím se k oboru stomatologie.

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

4

Problematika byla zpracována pomocí dotazníku cílených na pacienty, u kterých bylo zkoumáno chování a reakce na marketingová sdělení i ve dvou věkových skupinách. Výsledky autorka zpracovala pomocí grafů a v diskuzi se věnovala výsledkům vztahující se k celé skupině respondentů a k oběma věkovým skupinám. Jako pozitivní vidím celkové hodnocení rozdílného vnímání etiky marketingu ve stomatologii dvou generací a z něho vyplývající doporučení. Její aktivní přístup přinesl velmi zajímavá data, která mohou motivovat dentální hygienistky k používání marketingu a informování pacientů, tak aby byly dodržovány etické principy. Vyvarovali se používání motivu strachu, propagace nebezpečných produktů a garantovali důvěryhodnost marketingového sdělení. V této souvislosti si dovoluji upozornit na jeden z výsledků, kdy prezentace produktu lékaři v reklamním spotu je vnímána méně důvěryhodná, protože zákazník neví, zda se jedná o skutečného lékaře nebo herce. A toto je hodnoceno korespondenty jako neetické.

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

4

Grafické zpracování a rozsah práce odpovídá standardům, jsou dodrženy publikační normy a jazyková i stylistická úroveň odpovídá vypracování vědecké práce.

Poznámky, doplňky posuzovatele: Velmi pěkně zpracované téma

Otázky k obhajobě: žádné

Hodnocení celkem: *Doporučuji – nedoporučuji k obhajobě*

Doporučuji k obhajobě

Návrh klasifikace práce: Výborně

Datum: 30.5.2024

Podpis: Ing. Jindra Ševčíková

** nehodící se vymažte nebo škrtněte*

Doporučená klasifikace celkového hodnocení	Poznámka
<i>BODY</i>	<i>KLASIFIKACE</i>
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>