

OPONENTNÍ POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta humanitních studií

Autor práce: Vendula Kandungová

Název práce: Reklama – Rádce při nákupu nebo účelový klam:
Názory na reklamu ve vztahu k věku

Autor posudku: PhDr. Daniel Říha, Ph.D.

V teoretické části autorka se zaměřuje na objasnění pojmů reklama ve vztahu k procesu stárnutí populace. Teoretická část práce je celkem konzistentní kompilací shrnující funkce reklamy, modely spotřebního chování a marketingové komunikace.

K teoretické části práce nemám významnějších výhrad. Kladně hodnotím zejména identifikaci reklamy jako specifického druhu jednosměrné komunikace, kde výhradním účelem komunikace je prodej produktu a identifikaci faktu, že současná starší generace stojí v České republice na okraji zájmu marketingové komunikace.

Výhradu lze uvést k tvrzení „Například právě u cílové skupiny starších lidí lze očekávat, že nejmenší úspěch bude mít reklama na internetu, neboť jen málo starších lidí umí pracovat s počítači.“ V současné době lze již vysledovat tendenci podobné úrovni využívání ICT prostředků starší generací (v bc. práci určena věková skupina 50+) jako u střední generace.

Např.: <http://ekonomika.ihned.cz/c1-42999260-nakup-na-internetu-uz-neni-jen-zalezitosti-mladych-starsi-lide-mu-taky-prisli-na-chut>

U kapitoly 2.1 chybí zpracování dílčího závěru.

Výhradu lze také uvést k validitě zdroje pro tvrzení/citace Kapitola 2.3.1.1.1 Příjmy věkových skupin: zdroj (Rabušic) z roku 1998!

Cílem praktické části je sledování toho, zda názory na reklamu obecně a proklamovaná ochota jedince nakupovat na základě reklam souvisí s věkem jedince.

K metodě a provedení výzkumu nemám výhrad.

Výsledky interpretace výstupů výzkumu lze akceptovat.

Po formální stránce je předložená bakalářská práce zpracována na velmi dobré úrovni.

Předložená práce splňuje požadavky kladené na bakalářskou práci na FHS UK.

Doporučuji udělit práci hodnocení známkou na rozhraní výborně/chvalitebně.

Datum:

V Praze, dne 8. 6. 2010

Podpis: