

Formulář pro posuzování diplomových prací

Jméno studenta/ky: Veronika Tesařová

Studijní program: EKS

Název diplomové práce: *Role sémiotiky vizuálního marketingu při budování značky*

Jméno posuzovatele/ky: Michaela Fišerová, M.A., Ph.D.

Okruhy hodnocení diplomové práce:

A) Formální kritéria

Formální struktura a úprava práce, úplnost povinných částí práce, gramatická a stylistická stránka, korektní a jednotné uvádění zdrojů.

Hodnocení (0-10 bodů): 5

Připomínky a komentáře:

Práce obsahuje všechny povinné náležitosti, stylistika je srozumitelná, práce obsahuje skoro žádné gramatické chyby. Hlavním formálním problémem práce je nejednotné citování a parafrázování. Autorka v některých případech cituje správně, formou (Autor rok: strany), v jiných případech uvádí za citací či parafrází jiné údaje, většinou názvy kapitol bez jména autora a bez odkazovaných stran - např. (What is multimodality 2012) na s. 15, ("What is a mode?" 2012) na s. 15 či (Vizuální komunikace I. 2010) na s. 8. Grafická úprava práce mohla být preciznější, některé kapitoly nezačínají na nové straně, ale na konci strany atd.

B) Struktura práce

Jasná formulace problému, vymezení cíle a jeho soulad s obsahem práce, celková koncepce a struktura práce, adekvátnost postupu a vyváženost jednotlivých částí práce.

Hodnocení (0-10 bodů): 6

Připomínky a komentáře:

Práce formuluje problém velmi jasně - ptá se po důvodu různé míry úspěšnosti (resp. rozeznatelnosti) podobných firem a jejich obchodních značek, přičemž odpověď nachází v jejich rozdílné sémiotické práci. Struktura práce je velmi čelnitá, avšak přehledná a pochopitelná. Práce je proporčně vyvážená, obsahově koherentní a funkční, neobsahuje redundantní pasáže či kapitoly. Nicméně přechody mezi kapitolami mohly být lépe propojeny a vysvětleny (např. na s. 12 a 14 jsou "tvrdé" přechody, kdy jedna kapitola končí citací a druhá kapitola hned navzuje s jiným tématem bez toho, aby se důvod tohoto přechodu vysvětlil v předchozí kapitole).

C) Rozbor tématu

Identifikování a vysvětlení základních pojmů a koncepcí, rozsah a relevantnost použité literatury, úroveň práce s odbornou literaturou, adekvátnost výkladu použitých textů.

Hodnocení (0-10 bodů): 8

Připomínky a komentáře:

Autorka si osvojila odbornou terminologii studovaného oboru. V předkládané práci zpracovala dostatečný rozsah odborné literatury, centrální tituly četla v angličtině. Četba odborné literatury je korektní, její aplikace na vybrané značky adekvátní a současně kreativní. Argumentace je přesvědčivá, výklad sémiotické teorie koresponduje se zvolenými příklady vizuálního marketingu a jejich komparativní sémiotickou analýzou.

D) Aspekt originality

Vlastní autorská analýza daného problému, schopnost samostatně a tvořivě uvažovat a navrhopvat řešení, vlastní argumentační a formulační úroveň.

Hodnocení (0-10 bodů): 8

Připomínky a komentáře:

Oceňuji, že autorka přišla s vlastním solidním tématem výzkumu, které zpracovala pečlivě, systematicky a samostatně. Podařilo se jí na základě pozorné četby doporučené odborné literatury a následné tvůrčí aplikace ukázat, jaký význam může mít v současnosti studium sémiotiky pro firemní marketingovou strategii.

E) Význam práce

Formulace jasných a zdůvodnitelných závěrů, adekvátnost a úplnost splnění cílů práce, celková odborná úroveň a přínos práce.

Hodnocení (0-10 bodů): 9

Připomínky a komentáře:

Práce dospívá k jasnému a odůvodněnému závěru, v němž potvrzuje hypotézu o nutnosti vizuální konzistence značky. Autorka názorně ukázala kontrast dvou různě úspěšných (ale tematicky srovnatelných) značek na základě jejich rozdílného pojetí brandmanuálu jakožto sémioticky budovaného základu konzistentní vizuální marketingové komunikace. Práce tím nejen splnila stanovený cíl, ale i vhodně propojila teorii Kressovy multimodální sémiotiky a Oswaldové marketingové sémiotiky s konkrétní komparativní analýzou případové studie. Práce tohoto druhu je přínosná jako alternativa k strukturalisticky pojatým výzkumům v oblasti marketingové a vizuální sémiotiky.

--

Otázky na obhajobu:

Součet bodů (0-50 bodů): 36

Celkové hodnocení (známka)*: 2 (velmi dobře)

* V případě, že některý z okruhů hodnocení A), B), C), D) je hodnocen počtem bodů 0, práce je klasifikována známkou 4.

Hodnotící stupnice:

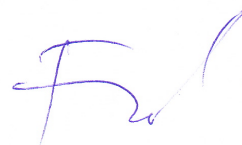
50-40 bodů: 1 - výborně

39- 25 bodů: 2 - velmi dobře

24-15 bodů: 3 - dobře

14-0 bodů: 4 - nedostatečně

Datum: 28.5.2018



.....

podpis