

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Oravec Jozef

Název práce: Nové média ako dôležitá súčasť marketingovej komunikácie eventov elektronickej hudby

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Koudelková Petra

Pracoviště: FSV UK, IKSŽ MKPR

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce odpovídá schváleným tezím.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	D
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	D
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	D
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	D

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce obsahuje poměrně značnou teoretickou základnu. Autor zde zmiňuje různé pohledy na zkoumanou problematiku. Hodilo by se však větší zaměření na oblast hudebního marketingu nebo art marketingu apod.

Praktická část je relativně krátká, má formu dotazníkového šetření. Chybí zde bližší popis zvolené výzkumné metody a hlubší závěry, které z výzkumu vycházejí.

Autor si jako cíl stanovil poskytnout přehled o aktuální podobě a trendech marketingové komunikace eventů el. hudby (tato část se povedla) a dát doporučení na zlepšení komunikace eventů (tahle část v práci chybí).

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	C
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	B

3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce je psána čtivě, má odpovídající přílohy. Autor mohl použít více ilustrativních obrázků, ale to je spíše problémem obsahu nežli formy.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Autor si ke své práci zvolil téma, které je pro oblast marketingu zajímavé a stál aktuální.

Nosná část celé práce stojí na teorii, která zobrazuje aktuální stav vědeckého poznání. Obecné marketingové teorie jsou zde hodně rozvinuty na úkor odbornému zaměření se na hudební nebo art marketing. Některé teoretické pasáže mohly být doplněny příklady z praxe nebo i obrazovým materiálem (např. část, kde se hovoří o outdoorové reklamě).

Jelikož má být bakalářská práce zaměřena na postavení nových médií v marketingu eventů elektronické hudby, je doplněna dotazníkovým šetřením. Ačkoliv se jednalo o krátké šetření, tak svoji úlohu splnilo. Nicméně jeho průběh měl být více popsán a k samotné metodě mohl autor také uvést více informací. V metodologii se pouze zmiňuje o tom, že bude proveden kvantitativní výzkum. V metodologii je navíc uvedeno, že teoretická část bude doplněna statistikami a příklady, což se moc nestalo. Pozitivně hodnotím vlastní statistiku získanou z databáze Newton Media.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Jaké doporučení pro zlepšení komunikace eventů elektronické hudby byste formuloval na základě výsledků Vaší práce?
5.2	

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNICENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 13.08.18

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!