

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: Klimeš David

Pracoviště: 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

Autor se věnuje tématu marketingové komunikace eventů elektronické hudby. Cílem práce je prozkoumat obor, kde se rychle uplatňují nové marketingové postupy.

Technika a struktura práce je pozměněná, ale autor podrobně změny vysvětluje a jsou přínosné. Celkově je práce na mnohem vyšší úrovni, než když ji autor poprvé odevzdával.

Autor práci dodělal narychlo, což je občas vidět na jazyku práce.

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	C
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	C
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	B

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

Autor detailně popisuje teorii marketingové komunikace i nových médií, což oceňuji. Pro interpretaci dotazníkového šetření by možná bylo vhodné i popsat nové trendy v konzumaci médií, které by se pak spojily s poznatky o nástupu livestreamu, virtuální reality či nových sociálních sítí.

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	B

	s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
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	A

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

Autor přináší poznatky o nových trendech, ale nástup vizuality, videozáznamů a dalších věcí nijak zvlášť nepropojuje s teorií.

U výzkumu mi chybí základní sociodemografie 225 lidí, se kterými v dotazníku nakonec pracuje. Pokud jsem se nepřehlédl, nevíme odkud jsou, jakého jsou věku, vzdělání, příjmů. Jistě bude něco úplně jiného, pokud vzorek budou takřka výhradně osmnáctiletí lidé z Prahy či převážně třicátníci z celé republiky.

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

Autor si vybral zajímavé téma, což dokládá i to, že i když práci předkládá už podruhé, stále se v marketingu elektronické hudby vyvíjejí nové a nové nástroje a trendy. Teorická část možná mohla být obohacena o detailnější rozebrání specifických trendů elektronické hudby.

Dotazníkový výzkum je v této práci vhodný, ale neznáme základní sociodemografické charakteristiky vzorku 225 lidí, se kterým autor pracuje.

Výsledky zajímavého šetření také autor mohl detailněji interpretovat.

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

5.1	Jak promotéři elektronické hudby pracují s Instagramem?
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: 2.9.2018

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!