

**UNIVERZITA KARLOVA**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institút 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: Penkov Radoslav

**Název práce:** Role oborových médií ve vzdělání studentů marketingu

**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 ve spíše praktické práci popsal oborová média v oblasti marketingu, což může být cenná informace pro oborové experty, vzdělávací instituce i samotné studenty.

Je škoda, že autor se vzdal původního záměru ověřovat informační gramotnost v závislosti na konzumaci oborových médií. Jistě by to bylo těžké, ale takto jde především o popis situace.

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

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

Autor popisuje dobře jednotlivé přístupy k informační gramotnosti. Možná by nebylo špatné zmínit i průřezové téma mediální výchovy na českých školách, protože z doprovodných dokumentů lze usoudit, jaká je vlastně představa českého státu o informační/mediální gramotnosti – jaké jsou její cíle a nástroje v české společnosti. Autor sám přiznává, že jde v práci především o deskripci. Problematický je pro mě dotazník – pokud znalost oborových médií je nejvíce šířena na FSV UK, nejčastěji odpovídají studenti FSV UK a nakonec se ukáže největší znalost Marketing.cz, pak je takový výzkum sporný. Dílčí výsledky dotazníku jsou ale zajímavé.

**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, hodnoťte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže	A

	vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte 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 nepříliš dobře provázal teorii a praktickou část. Některé závěry jsou diskutabilní.

Poznámkový aparát, citace i jazyk práce jsou kvalitní.

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

Autor ne zcela využil zajímavé téma vlivu oborových médií na informační saturaci/znalost konzumentů.

Předkládaný výsledek dotazníků a závěrečná diskuze není příliš validní.

Autor mohl například ve focus group asociacemi na znalost reklamních/mediálních textů a následnou rekonstrukci, odkud se znalost a interpretace u respondenta vzala, lépe doložit vliv oborových médií – šlo by sice jen o velmi dílčí výzkum, ale možná by byl zajímavější než předkládaný dotazník.

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

5.1	
5.2	

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 2.6.2019

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!**